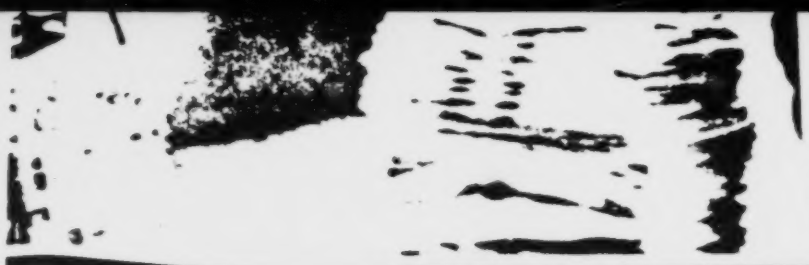


CETTE ENQUÊTE A ÉTÉ RÉALISÉE PAR MULTI-RESO INC. POUR LE COMPTE DU MINISTÈRE DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC.

La presse écrite au Québec

BILAN ET PROSPECTIVE

L'analyse de contenu des quotidiens et hebdomadaires du Québec

Plus de 56% de l'espace des quotidiens et hebdomadaires publiés au Québec en 1976 sous forme de pages commanditées; pour les hebdomadaires, cette proportion est de 49%. Par ailleurs, une page de quotidien sur quatre (soit exactement 23%) provient d'un journaliste alors que dans les hebdomadaires, cette proportion est de 36%.

Plus de 73% de l'information (1) publiée dans les quotidiens l'est dans les quotidiens en langue française. La proportion correspondante de la population francophone au Québec est 80%.

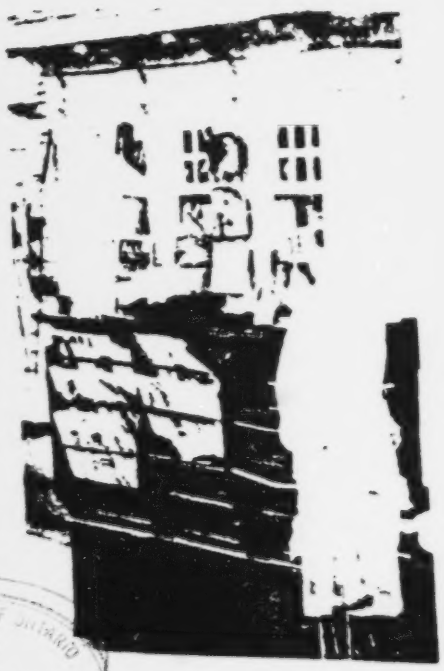
Près de 3/4 des pages de quotidiens proviennent des quotidiens de l'après-midi (soit 73%), alors qu'à peine 45% de l'ensemble du tirage total des quotidiens provient des quotidiens de l'après-midi.

Plus de 75% de l'information provient des quotidiens édités à Montréal, 15% de Québec et 10% de l'extérieur de ces deux centres.

A peine 20% **de toute l'information commanditée** se trouve dans les quotidiens du matin alors que 55% **du tirage** de tous les quotidiens se retrouve dans les quotidiens du matin. Cela tient surtout au fait que les annonceurs « nationaux » favorisent les quotidiens de l'après-midi.

Les quotidiens anglophones publient de moins en moins d'exemplaires au Québec, soit une perte de 7% depuis 1960 et cette perte semble s'accélérer depuis 1972. Cela est dû surtout aux problèmes de tirage des quotidiens anglophones à l'extérieur de Montréal.

Les quotidiens du matin de Montréal ont augmenté de 74% alors que les quotidiens de l'après-midi ont baissé de 20%.



Dans l'ensemble des hebdos, 48% de l'espace non commandité est consacré aux nouvelles, alors que la proportion correspondante est de 56% dans les quotidiens. Pour les hebdos régionaux, cette proportion correspondante est de 58%.

Le tableau 46 nous apporte des données intéressantes sur la distribution procentuelle, c'est-à-dire la proportion du tirage total occupée par chacun des quotidiens du Québec pendant la période 1960-1976.

Cette étude est le fruit d'un travail
fait en collaboration par plusieurs personnes.
Nous tenons à les mentionner en guise
de remerciement.

Equipe de recherche:

Joanne Arseneault
Michel Camus
May Clarkson
Réal Coallier
Ginette Dorais
Martine Giraud
Jacques Goulet
Christian Marconnot
Serge Poulard
Lise Robillard
Michèle Tronchon

Equipe de consultants:

Roland Carbonneau
Rémi Marcoux
Alain Olivier

Avec la participation de:

Jean-Lucien Caron
Jean Laurin
Robert Paradis
Paul Parenteau

Sous la direction de:

Claude Gousse

Editeur: Service des Communications, ministère des Communications
Graphisme: Maurice Poitras

1977 – Direction générale du Développement et des Politiques, ministère des Communications

Tous droits de traduction et d'adaptation, en totalité ou en partie, réservés pour tous les pays. Toute reproduction pour fins commerciales, par procédé mécanique ou électronique, y compris la microreproduction, est interdite sans l'autorisation écrite de la Direction générale du Développement et des Politiques, ministère des Communications du Québec.

Dépôt légal – 4e trimestre 1977
Bibliothèque nationale du Québec

PRÉSENTATION

Le présent rapport sur la presse écrite au Québec est le fruit d'une recherche réalisée par la firme Multi-Réso Inc. pour le compte de la direction générale du Développement et des Politiques du ministère des Communications.

Le mandat de la direction générale consiste notamment à élaborer un plan d'ensemble pour le développement des moyens de communications écrits au Québec. A cet égard, elle se doit d'acquérir le plus d'expertise possible dans le secteur de la presse écrite: la présente étude constitue donc un élément de cette démarche. Elle a été menée de novembre 1976 à mai 1977, et avait pour but de dresser une sorte de "portrait de famille" de la presse quotidienne et hebdomadaire du Québec.

Il ne faut voir dans ce rapport qu'un élément de cette expertise qui sera complétée par d'autres recherches complémentaires. C'est dans l'unique but de favoriser la discussion publique sur le sujet de la presse écrite que la direction générale a pris l'initiative de publier le rapport de la firme Multi-Réso Inc., dont elle n'endosse pas nécessairement les données ni les conclusions.

Denis L'Homme
Directeur général
Direction générale du
Développement et des Politiques

104-00796/

TABLE DES MATIERES

Pages

INTRODUCTION 3

CHAP. I: LES FAITS SAILLANTS

LES QUOTIDIENS

Le contenu 7
Le tirage 8

LES HEBDOMADAIRES

Le contenu 8
Le tirage 9

LA DEMANDE DE LECTURE DE QUOTIDIENS 9

L'ESTIME DES REVENUS DES JOURNAUX 9

CHAP. II: L'ANALYSE DE CONTENU DES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

INTRODUCTION 13

METHODOLOGIE

L'univers 13
L'échantillon 13
L'erreur d'échantillon 13
L'inférence statistique 14

ANALYSE DE CONTENU (cadre théorique) 14

Source et traitement de l'information 14
Provenance-envergure 15
La forme 15
L'objet 15

ANALYSE DE CONTENU DES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

Source et traitement de l'information 15
Importance relative de l'information commanditée et non commanditée
Dans les quotidiens 16
Dans les hebdomadaires 17

TABLE DES MATIERES (suite)

Pages

L'ESPACE PUBLICITAIRE 22

Dans les quotidiens 22
Dans les hebdomadaires 28

L'ESPACE REDACTIONNEL 36

La forme 36
Dans les quotidiens 36
Dans les hebdomadaires 42

La provenance et l'envergure 42
Dans les quotidiens 42
Dans les hebdomadaires 48

Les sujets traités 56
Dans les quotidiens 56
Dans les hebdomadaires 60

CHAP. III: L'EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ET DES HEBDOMADAIRES

ANALYSE DU TIRAGE DES QUOTIDIENS

La distribution procentuelle 69
Le tirage 73
L'évolution du tirage dans les quotidiens francophones et anglophones 73
L'évolution du tirage dans les quotidiens du matin et de l'après-midi 84

ANALYSE DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX 84

ANALYSE DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC 102

CHAP. IV: LA DEMANDE DE QUOTIDIENS ET D'HEBDOMADAIRES AU QUEBEC

INTRODUCTION 117

LES QUOTIDIENS ET CERTAINS HEBDOMADAIRES DE LA REGION METROPOLITAINE DE MONTREAL 117

LECTURE DES QUOTIDIENS ET DE CERTAINS HEBDOMADAIRES DANS LA REGION METROPOLITAINE DE QUEBEC 121

LECTURE DES QUOTIDIENS ET DE CERTAINS HEBDOMADAIRES REGIONAUX DANS DIVERSES REGIONS DU QUEBEC EN DEHORS DES DEUX GRANDS CENTRES 123

La région de Joliette 124
La région de Louiseville 126
La région de St-Hyacinthe 128
La région de St-Jérôme 130

TABLE DES MATIERES (suite)

Pages

La région de St-Jean 132
La région de Drummondville 134
La région de Victoriaville 136

COMMENTAIRES 138

CHAP. V: LA PENETRATION DES JOURNAUX ABC DU QUEBEC DANS CHACUNE DES REGIONS ADMINISTRATIVES

LA PENETRATION DES JOURNAUX ABC DU QUEBEC DANS CHACUNE DES REGIONS ADMINISTRATIVES

Données méthodologiques 141
Analyse descriptive des quotidiens 141
Analyse descriptive des hebdomadaires 142

LA REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES JOURNAUX ABC DU QUEBEC DANS CHACUNE DES REGIONS ADMINISTRATIVES

Données méthodologiques 143
Analyse de la répartition des quotidiens 143
Analyse de la répartition des hebdos nationaux 155
Analyse des hebdos régionaux 155
Nombre moyen de quotidiens par foyer dans chacune des régions administratives 155

LA DISTRIBUTION DES JOURNAUX TELLE QUE VUE PAR LEURS RESPONSABLES 156

CHAP. VI: L'ESTIME DES REVENUS DES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

METHODOLOGIE 161

LES REVENUS DES QUOTIDIENS 162

LES REVENUS DES HEBDOMADAIRES 163

CHAP. VII: UNE PROSPECTIVE

AVANT-PROPOS 181

EN SUIVANT LES TENDANCES 181

LES DIFFICULTES DES QUOTIDIENS 181

LES POINTS DE REPERE DE L'AVENIR DE LA PRESSE ECRITE 182

LES UTOPIES TECHNOLOGIQUES 182

TABLE DES MATIERES (suite)

Pages

CHAP. VIII: QUELQUES SUGGESTIONS

LA DISTRIBUTION DES JOURNAUX 187

LE PUBLIC ET L'INFORMATION CIVIQUE 187

SUGGESTIONS SPECIFIQUES 188

LES ANNEXES 193

LISTE DES TABLEAUX

Pages

TABLEAU 1 Erreurs d'échantillon attribuables à des proportions échantillonnées de divers niveaux de proportion pour un échantillon de 26 315 sous-unités (ou "Espaces colonnes") 14

TABLEAU 2 Source et traitement de l'information, dans les quotidiens et les hebdomadaires 16

TABLEAU 3 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution 18

TABLEAU 4 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les quotidiens francophones et anglophones 19

TABLEAU 5 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les quotidiens du matin et de l'après-midi 20

TABLEAU 6 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les quotidiens de Montréal, Québec et la Province (en dehors de ces deux centres) 21

TABLEAU 7 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux selon diverses variables 23

TABLEAU 8 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux 24

TABLEAU 9 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires nationaux, "quotidiens du dimanche", ludiques et autres 25

TABLEAU 10 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires régionaux A-1 et les autres hebdomadaires régionaux 26

TABLEAU 11 Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires régionaux vendus et distribués gratuitement 27

TABLEAU 12 Distribution procentuelle des divers types d'information commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution 29

TABLEAU 13 Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les quotidiens francophones et anglophones 30

TABLEAU 14 Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les quotidiens du matin et ceux de l'après-midi 31

TABLEAU 15 Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les quotidiens de Montréal, Québec et la Province (Hors de ces deux grands centres) 32

TABLEAU 16 Distribution procentuelle des divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables 33

TABLEAU 17 Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux 34

LISTE DES TABLEAUX (suite)

		Pages
TABLEAU 18	Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires nationaux, "Quotidiens du Dimanche", ludiques et autres	35
TABLEAU 19	Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires régionaux A-1 et les autres hebdomadaires régionaux	37
TABLEAU 20	Importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires régionaux vendus et distribués gratuitement	38
TABLEAU 21	Distribution procentuelle de la forme sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution	39
TABLEAU 22	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les quotidiens francophones et anglophones	40
TABLEAU 23	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les quotidiens du matin et de l'après-midi	40
TABLEAU 24	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les quotidiens de Montréal, de Québec et de la province (en dehors de ces deux centres)	41
TABLEAU 25	Distribution procentuelle de la forme sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables	43
TABLEAU 26	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les hebdomadaires nationaux et régionaux	44
TABLEAU 27	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les hebdomadaires nationaux "Quotidiens du Dimanche", ludiques et autres	44
TABLEAU 28	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les hebdomadaires régionaux A-1 et les autres hebdos régionaux	45
TABLEAU 29	Forme sous laquelle se présente l'information non commanditée, dans les hebdomadaires régionaux vendus et distribués gratuitement	45
TABLEAU 30	Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution	46
TABLEAU 31	Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les quotidiens francophones et anglophones	47
TABLEAU 32	Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les quotidiens du matin et de l'après-midi	49
TABLEAU 33	Provenance et envergure de l'information non commanditée, dans les quotidiens de Montréal, Québec et la Province (en dehors de ces deux centres)	50
TABLEAU 34	Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables	51

LISTE DES TABLEAUX (suite)

Pages

TABLEAU 35 Provenance et envergure de l'information non commanditée, dans les hebdomadaires nationaux et régionaux 52

TABLEAU 36 Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux "Quotidiens du Dimanche", ludiques et autres 53

TABLEAU 37 Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les hebdomadaires régionaux A-1 et les autres hebdomadaires régionaux 54

TABLEAU 38 Provenance et envergure de l'information non commanditée dans les hebdomadaires régionaux vendus et distribués gratuitement 55

TABLEAU 39 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les quotidiens francophones et anglophones 57

TABLEAU 40 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les quotidiens du matin et de l'après-midi 58

TABLEAU 41 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les quotidiens de Montréal, Québec, et la Province, (en dehors de ces deux centres) 59

TABLEAU 42 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les hebdomadaires nationaux et régionaux 61

TABLEAU 43 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les hebdomadaires nationaux de type "Quotidien du dimanche", ludique ou autre 62

TABLEAU 44 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les hebdomadaires régionaux A-1 et les autres 63

TABLEAU 45 Répartition de l'information non commanditée selon les différents sujets traités dans les hebdomadaires régionaux vendus et distribués gratuitement 64

TABLEAU 46 Distribution procentuelle (tirage total) de tous les quotidiens du Québec pour la période 1960-1976 70

TABLEAU 47 Distribution procentuelle (tirage total) des quotidiens de la région de Montréal pour la période 1960-1976 71

TABLEAU 48 Distribution procentuelle (tirage total) des quotidiens de la région de Sherbrooke pour la période 1960-1976 72

TABLEAU 49 Distribution procentuelle (tirage total) des quotidiens de la région de Québec pour la période 1960-1976 74

TABLEAU 50 Tirage total des quotidiens du Québec et pourcentage d'augmentation, pour la période 1960-1965 75

TABLEAU 51 Tirage total des quotidiens du Québec et pourcentage d'augmentation pour la période 1965-1970 77

TABLEAU 52 Tirage total des quotidiens du Québec et pourcentage d'augmentation pour la période 1970-1976 79

LISTE DES TABLEAUX (suite)

Pages

TABLEAU 53 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens anglophones et francophones pour la période 1960-1965 81

TABLEAU 54 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens anglophones et francophones pour la période 1965-1970 82

TABLEAU 55 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens anglophones et francophones pour la période 1970-1976 83

TABLEAU 56 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens du matin et de l'après-midi pour la période 1960-1965 91

TABLEAU 57 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens du matin et de l'après-midi pour la période 1965-1970 92

TABLEAU 58 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens du matin et de l'après-midi pour la période 1970-1976 93

TABLEAU 59 Tirage (absolu et relatif) et augmentation du tirage des quotidiens du matin et de l'après-midi de la région de Montréal, pour la période 1960-1976 94

TABLEAU 60 Tirage total des hebdomadaires nationaux "Quotidiens du Dimanche" et ludiques et pourcentage de l'augmentation pour la période 1960-1965 101

TABLEAU 61 Tirage total des hebdomadaires nationaux "Quotidiens du Dimanche" et ludiques et pourcentage d'augmentation pour la période 1965-1970 103

TABLEAU 62 Tirage total des hebdomadaires nationaux "Quotidiens du Dimanche" et ludiques et pourcentage d'augmentation pour la période 1970-1976 105

TABLEAU 63 Evolution du tirage des hebdomadaires régionaux ABC francophones pour la période 1970-1976 110

TABLEAU 64 Evolution du tirage des hebdomadaires régionaux ABC anglophones pour la période 1970-1976 114

TABLEAU 65 Caractéristiques socio-démographiques des non-lecteurs dans la zone métropolitaine de Montréal 118

TABLEAU 66 Taux de pénétration des hebdomadaires du Québec dans les foyers, pour les diverses régions administratives 144

TABLEAU 67 Taux de pénétration des quotidiens du Québec dans les foyers, pour les diverses régions administratives 146

TABLEAU 68 Répartition du tirage total des quotidiens par régions administratives au Québec pour 1976 147

TABLEAU 68b Répartition du tirage total des quotidiens à travers les régions administratives du Québec pour 1976 148

TABLEAU 69 Répartition du tirage total des hebdos nationaux par régions administratives au Québec pour 1976 149

TABLEAU 69b Répartition du tirage total des hebdos nationaux à travers les régions administratives du Québec pour 1976 150

LISTE DES TABLEAUX (suite)

Pages

TABLEAU 70 Répartition du tirage total des hebdos nationaux par régions administratives au Québec pour 1976 151

TABLEAU 71 Grille d'heure de distribution de certains hebdomadaires nationaux édités à Montréal 158

TABLEAU 72 Répartition de l'ensemble des revenus des quotidiens selon leur lieu d'édition 163

TABLEAU 73 Revenus bruts estimés des quotidiens du matin et de l'après-midi au Québec pour 1976 164

TABLEAU 74 Répartition des revenus selon les quotidiens du matin et de l'après-midi 165

TABLEAU 75 Revenus bruts estimés des quotidiens anglophones et francophones au Québec pour 1976 166

TABLEAU 76 Revenus bruts estimés des quotidiens anglophones et francophones à l'extérieur de Montréal pour 1976 167

TABLEAU 77 Revenus bruts estimés des quotidiens anglophones et francophones de Montréal pour 1976 168

TABLEAU 78 Revenus bruts estimés des quotidiens de Montréal, de Québec, et de Province pour 1976 169

TABLEAU 79 Revenus bruts estimés des quotidiens du Québec pour 1976 170

TABLEAU 80 Revenus bruts estimés des hebdomadaires régionaux vendus et non vendus au Québec pour 1976 171

TABLEAU 81 Revenus bruts estimés pour les hebdomadaires nationaux quotidiens, ludiques et autres pour 1976 au Québec 172

TABLEAU 82 Revenus bruts estimés des hebdos régionaux (Hebdos A-1 et non A-1) au Québec pour 1976 173

TABLEAU 83 Revenus bruts estimés des hebdomadaires régionaux vendus au Québec pour 1976 174

TABLEAU 84 Revenus bruts estimés des hebdomadaires nationaux du Québec pour 1976 .. 175

TABLEAU 85 Revenus bruts estimés de certains hebdomadaires régionaux du Québec pour 1976 176

TABLEAU 86 Revenus bruts estimés de certains hebdomadaires régionaux du Québec pour 1976 177

LISTE DES FIGURES

Pages

FIGURE 1 Evolution du tirage des quotidiens francophones au Québec de 1960 à 1965 85

FIGURE 2 Evolution du tirage des quotidiens francophones du Québec de 1965 à 1970 86

FIGURE 3 Evolution du tirage des quotidiens francophones du Québec de 1971 à 1976 87

FIGURE 4 Evolution du tirage des quotidiens anglophones du Québec de 1960 à 1965 88

FIGURE 5 Evolution du tirage des quotidiens anglophones du Québec de 1965 à 1970 89

FIGURE 6 Evolution du tirage des quotidiens anglophones du Québec de 1971 à 1976 90

FIGURE 7 Evolution du tirage des quotidiens du matin au Québec de 1960 à 1965 95

FIGURE 8 Evolution du tirage des quotidiens du matin au Québec de 1965 à 1970 96

FIGURE 9 Evolution du tirage des quotidiens du matin de 1971 à 1976 97

FIGURE 10 Evolution du tirage des quotidiens de l'après-midi au Québec de 1960 à 1965 ... 98

FIGURE 11 Evolution du tirage des quotidiens de l'après-midi au Québec de 1965 à 1970 ... 99

FIGURE 12 Evolution du tirage des quotidiens de l'après-midi au Québec de 1971 à 1976 ... 100

FIGURE 13 Evolution du tirage des hebdos nationaux du Québec de 1960 à 1965 107

FIGURE 14 Evolution du tirage des hebdos nationaux du Québec de 1965 à 1970 108

FIGURE 15 Evolution du tirage des hebdos nationaux du Québec de 1971 à 1976 109

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Les principaux points du mandat de recherche confié à Multi-Réso par le ministère des Communications du Québec consistent à:

1) dresser l'inventaire des journaux quotidiens et hebdomadaires publiés au Québec tant dans leur appartenance professionnelle que financière à des groupes.

2) établir l'accessibilité de ces journaux par régions administratives.

3) établir la pénétration des journaux par région selon leur mode de distribution.

4) préciser le contenu de chaque quotidien et d'un échantillon représentatif de l'ensemble des hebdomadaires.

5) établir pour chaque titre la compagnie de publication et le groupe financier.

6) établir un devis de recherches à long terme qu'il serait pertinent d'entreprendre au Québec pour mesurer le développement de la presse écrite au cours des 25 prochaines années, avec et sans intervention de l'Etat.

Afin de bien compléter cette étude, Multi-Réso a insisté pour que la dimension de la demande du marché ainsi que la dimension économique des journaux soient intégrées à la perspective, surtout pour comprendre l'évolution et les problèmes actuels.

CHAPITRE 1 : Les faits saillants

LES FAITS SAILLANTS

LES QUOTIDIENS

Le contenu

Plus de 56% de l'espace des quotidiens et hebdomadaires publiés au Québec en 1976 se trouve sous forme de pages commanditées; pour les hebdomadaires, cette proportion est de 49%.

Par ailleurs, une page de quotidien sur quatre (soit exactement 23%) provient d'un journaliste alors que dans les hebdomadaires cette proportion est de 36%.

Plus de 73% de l'ensemble de l'information (1) publiée dans les quotidiens l'est dans les quotidiens en langue française. La proportion correspondante de la population francophone au Québec est 80%.

Près de 3 / 4 des pages de quotidiens proviennent des quotidiens de l'après-midi (soit 73%), alors qu'à peine 45% de l'ensemble du tirage total des quotidiens provient des quotidiens de l'après-midi.

75% de l'information provient des quotidiens édités à Montréal, 15% de Québec et 10% de l'extérieur de ces deux centres.

A peine 20% **de toute l'information commanditée** se trouve dans les quotidiens du matin alors que 55% **du tirage** de tous les quotidiens se retrouve dans les quotidiens du matin. Cela tient surtout au fait que les annonceurs "nationaux" favorisent les quotidiens de l'après-midi en occupant 87% de leur espace (Voir tableau 12).

L'annonce classée est plus importante dans les quotidiens anglophones que dans les quotidiens francophones (voir tableau 13).

Il y a proportionnellement plus d'information non commanditée dans les quotidiens francophones (44%) que dans les quotidiens anglophones (39%) et plus dans les quotidiens du matin (59%) que dans ceux de l'après-midi (37%).

(1) le mot "information" couvre tout type de texte: commandité ou traité.

Plus de 3 / 4 de l'information non commanditée que l'on retrouve dans l'ensemble des quotidiens du Québec provient des quotidiens francophones. Remarquons que les quotidiens francophones utilisent davantage les illustrations et les photos que les quotidiens anglophones. (82% vs 75% et 18% vs 25%). Il en est de même pour les quotidiens du matin à l'égard des quotidiens de l'après-midi.

Dans les quotidiens anglophones, on consacre plus d'espace aux commentaires que dans les quotidiens francophones (voir tableau 22); c'est l'inverse quant à l'utilisation des photos et illustrations. (22% vs 14%).

On consacre proportionnellement plus d'importance aux photos et illustrations dans les quotidiens du matin (22%) que dans les quotidiens de l'après-midi (18%) (voir tableau 23).

Les quotidiens à l'extérieur de Montréal et Québec consacrent plus d'importance à la nouvelle (65% vs 55% et 54%), et moins d'importance aux commentaires.

L'ensemble des quotidiens du Québec consacre le 1 / 4 de son espace aux informations régionales et locales, le 1 / 5 aux informations québécoises, le 1 / 5 aux informations canadiennes.

Les quotidiens anglophones rapportent les nouvelles internationales en proportion plus grande que les quotidiens francophones (22% vs 13%); il en est de même des nouvelles canadiennes à l'exception du Québec (28% vs 17%). Par ailleurs, les quotidiens francophones nous rapportent davantage les nouvelles locales et régionales (26% vs 22%), les nouvelles québécoises (22% vs 7%) (voir tableau 31).

Les quotidiens de Québec rapportent plus les informations locales et régionales que les quotidiens de Montréal (28% et 22%); il en est ainsi des informations nationales québécoises (25% vs 18%). Les quotidiens de Montréal consacrent plus d'espace aux informations canadiennes (21% vs 15%) ainsi qu'aux informations internationales (12% vs 13%).

Les quotidiens anglophones consacrent presque deux fois plus d'espace pour les sujets portant sur la vie économique que les quotidiens francophones (16% vs 9%).

Les quotidiens francophones consacrent beaucoup plus d'espace au sport professionnel que les quotidiens anglophones (16% vs 3%).

Le tirage

De 1960 à 1976, le tirage global des quotidiens du Québec (1) est passé de 1 020 349 exemplaires vendus (pour 13 quotidiens, soit une moyenne de 78 488) à 1 144 756 exemplaires (pour 14 quotidiens, soit une moyenne de 81 768). Si le tirage a augmenté de 12,2% en 16 ans, la population augmentait de 18,7% depuis 1961 (2). En fait, depuis 1971, le tirage des quotidiens au Québec a diminué de 5% pendant que la population s'accroissait d'environ 5%.

Pour Montréal, en 1976, il se publiait moins d'exemplaires de quotidiens (785724) qu'en 1964 (843181).

Les quotidiens anglophones publient de moins en moins d'exemplaires au Québec, soit une perte de 7% depuis 1960 et cette perte semble s'accélérer depuis 1972. Cela est dû surtout aux problèmes de tirage des quotidiens anglophones à l'extérieur de Montréal.

Le tirage des quotidiens du matin de Montréal ont augmenté de 74% alors que les quotidiens de l'après-midi ont baissé de 20%.

LES HEBDOMADAIRES

Le contenu

Les hebdos régionaux consacrent 65% de leur espace à de l'information commanditée tandis que cette proportion est de 40% pour les hebdos nationaux.

Plus de 63% de l'ensemble de l'information éditée par les hebdos de toutes natures au Québec provient des hebdos nationaux alors que cette proportion est de 37% pour les hebdos régionaux.

Plus de 74% de l'espace des hebdos gratuits est consacré à l'information commanditée; c'est là la proportion la plus élevée en cette matière.

A l'inverse, si c'est respecter son lecteur que de lui donner le plus d'espace à l'information non commanditée, ce sont les hebdos ludiques qui emportent la palme avec 28% de leur espace qui est consacré à de l'information commanditée.

Dans l'ensemble des hebdos, 48% de l'espace non commandité est consacré aux nouvelles, alors que la proportion correspondante est de 56% dans les quotidiens. Pour les hebdos régionaux, elle est de 58%.

Si on compare la structure des hebdos nationaux et régionaux (voir les tableaux 22, 26 et 28), on peut en conclure que la distribution du contenu non commandité des hebdos régionaux, particulièrement les hebdos A-1, est la plus isomorphe avec la distribution correspondante des quotidiens francophones, et de l'ensemble des quotidiens. On serait alors porté à penser que les hebdos régionaux et particulièrement les hebdos A-1 exercent ce rôle de quotidien dans leur milieu géographique.

Les hebdos réginaux dans 61% de leur espace non commandité traitent des informations locales et régionales (voir tableau 35); cela est dû surtout aux hebdos régionaux autres que A-1: 74% vs 58% (voir tableau 37).

Les hebdos régionaux consacrent plus d'espace que les hebdos nationaux aux secteurs suivants:

— la vie urbaine et municipale
— la vie économique
— le sport amateur
— les vacances

(1) Y compris: Le Droit

(2) Selon Statistiques Canada: 1961: 5 259 211 au Québec et en 1976 (selon estimés de Financial Times): 6 243 000

Le tirage

Dans l'ensemble, le tirage des hebdos régionaux s'accroît de 3 à 5% en moyenne; toutefois, les hebdos régionaux de langue anglaise (sauf The Gleaner) éprouvent des pertes et on peut se demander où vont s'arrêter ces pertes.

Par ailleurs, le tirage des hebdos nationaux de nature ludique ou encore d'allure de quotidiens du dimanche continue à décroître depuis 1971 alors que, de 1960 à 1971, leur tirage avait augmenté sensiblement.

LA DEMANDE DE LECTURE DE QUOTIDIENS

A Montréal, de plus en plus de francophones de 15 ans et plus abandonnent la lecture des quotidiens (20% en 1969 et 37% en 1976)

A Québec, ce même phénomène est présentement masqué par la montée du quotidien du matin.

En province, de 30% à 50% de la population des régions ne lisent aucun quotidien et de 15% à 30% ne lisent pas l'hebdomadaire régional. Dans ce dernier cas, nous n'avons pas de données historiques pour établir la tendance, qui, selon nous se dirige vers une diminution progressive de la lecture des quotidiens et hebdomadaires; toutefois, cette tendance serait présentement moins accentuée dans le cas des hebdomadaires.

L'ESTIME DES REVENUS DES JOURNAUX

L'ensemble des revenus bruts estimés des quotidiens du Québec se chiffre à près de $300 millions, dont les 3 / 4 se situent dans les quotidiens édités à Montréal.

Le chiffre d'affaires moyen d'un quotidien est $21,1 million; pour le quotidien de Montréal, $35,8 millions, celui de Québec $19,8 millions et celui de province $6,9 millions.

Le chiffre d'affaires moyen d'un hebdomadaire national est $2,8 millions, celui de l'hebdo régional non vendu $1,8 millions et celui de l'hebdo régional vendu $0,9 millions.

Le chiffre d'affaires d'un hebdo régional non vendu au particulier se situant dans la région de Montréal dépasse celui de 6 quotidiens au Québec.

Le chiffre d'affaires d'un hebdo régional non vendu au particulier se situant dans la région de Montréal dépasse celui de 6 quotidiens du Québec.

CHAPITRE II: L'ANALYSE DE CONTENU DES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

INTRODUCTION

Tel qu'exposé dans notre proposition de travail, l'objectif de cette partie de l'étude est de décrire le contenu informatif des journaux québécois, quotidiens ou hebdomadaires.

METHODOLOGIE

L'univers

L'univers étudié comprend:

Tous les quotidiens plus Le Droit	14 journaux
Tous les hebdos ABC de 4 000 et plus	31 journaux
Les hebdos non ABC:	
Hors de Montréal:	
Ceux qui ont 25 000 et plus(1)	4 journaux
Intérieur de Montréal:	
Ceux qui ont 25 000 et plus(2)	14 journaux
Total:	63 journaux

L'échantillon

L'échantillonnage s'est fait à plusieurs niveaux: d'abord la saison, ensuite la semaine, puis la colonne et enfin chacune des unités significatives dans une colonne.

Cet espace-colonne sélectionné pouvait être publicitaire ou informatif. Chaque espace-colonne avait la même probabilité d'être sélectionné en prenant en considération la longueur **totale** des colonnes d'une édition donnée.

Nous avons ainsi sélectionné 300 espaces-colonnes pour chaque titre de publication à l'intérieur de créneaux, c'est-à-dire à l'intérieur des quatre saisons. A l'intérieur de chaque saison, nous avons sélectionné au hasard une semaine de 7 jours (6 jours) pour les quotidiens publiés 7 jours (6 jours).

(1) sauf les journaux suivants: Le Régional (Hull) et Le Nordic (Baie Comeau), pour des raisons de représentation régionale.

(2) sauf The Suburban (Côte St-Luc) et le Flambeau de l'Est (journaux métropolitains)

Quant aux hebdomadaires, nous avons choisi deux semaines au hasard pour chacune des saisons.

Dans les deux cas, quotidiens et hebdomadaires, nous avons retenu 75 colonnes par saison par titre des publications suivantes:

Les 14 quotidiens	4 200 colonnes
Les 31 hebdos ABC	9 300 colonnes
Les 18 hebdos "autres"	5 400 colonnes
Total:	18 900 colonnes

Certains numéros correspondant aux dates sélectionnées manquaient parfois pour différents journaux (à la suite d'une grève du journal).

Pour les quotidiens, lorsque plus de trois numéros manquaient dans une semaine, on tirait une autre semaine au hasard.

Pour les hebdomadaires, lorsqu'il manquait un numéro, on tirait un autre numéro dans la même saison, en éliminant toutefois la semaine des Jeux Olympiques, de la Coupe Canada, des élections, de Noël et de Pâques. A remarquer que ces dernières semaines "spéciales" étaient exclues également pour les quotidiens.

Dans chaque numéro sélectionné, le choix des pages et des colonnes à analyser se faisait à l'aide d'une grille de nombres aléatoires.

C'est ainsi que nous avons sélectionné "l'unité échantillonnale", c'est-à-dire la sous-unité ou portion significative à l'intérieur de chaque colonne (photo, texte, etc.) Cela implique que les généralisations statistiques se feront à partir de ces sous-unités des colonnes, et non pour une colonne, un article, un jour, une semaine ou un mois en particulier.

L'erreur d'échantillon

Lorsque nous présentons les données pour l'ensemble du Québec, l'erreur d'échantillon se situe comme suit, au seuil de 95% de probabilité:

TABLEAU 1

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION POUR UN ECHANTILLON DE 26 315 SOUS-UNITES (OU "ESPACES COLONNES").

	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Pour l'ensemble (n = 26 315)	0,27	0,33	0,47	0,55	0,59	0,63
Pour les quotidiens (n = 7 885)	0,47	0,65	0,88	1,02	1,08	1,12
Pour les hebdos (n = 18 430)	0,33	0,43	0,59	0,65	0,71	0,73

L'inférence statistique

Dans l'analyse des résultats qui suivent, nous avons établi des relations significatives entre proportions échantillonnales à partir du test de proportion. L'erreur d'échantillon d'une proportion s'exprime ainsi:

$$P = p \pm 1{,}96 \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}$$

où P = proportion de la population
p = proportion de l'échantillon
1,96 = un seuil de 95%
q = 1 — p
n = nombre de cas dans l'échantillon

Ce test de proportion est alors:

$$P = \pm 1{,}96 \sqrt{\frac{p_1 q_1}{n_1} - \frac{p_2 q_2}{n_2}}$$

où p_1 et q_1 sont les proportions de l'effectif n_1 et p_2, q_2 les proportions de l'effectif n_2 qu'on lui compare.

ANALYSE DE CONTENU

L'analyse de contenu que nous faisons est une analyse descriptive et fonctionnelle à quatre dimensions dont les principaux objectifs sont les suivants:

a) Rendre compte des différentes dimensions et composantes d'élaboration d'un journal;

b) Déterminer et mesurer approximativement les différentes fonctions que remplit un journal, ce qui nous permettra ensuite de situer et classer les différents quotidiens et hebdomadaires selon les rôles ou fonctions qu'ils remplissent auprès de la population.

La grille de contenu que nous proposons doit permettre la classification de journaux à contenu très différent, comme par exemple: Le Devoir, Echos-Vedettes et un journal régional.

Les quatre dimensions utilisées sont les suivantes:

Source et traitement de l'information
Provenance et envergure de l'information
Forme
Objet

Source et traitement de l'information

Cette dimension mesure à la fois l'origine de l'information (journaliste, agence de presse, communiqués de presse, etc.) et le traitement de l'information, c'est-à-dire, si elle est reproduite telle quelle ou modifiée (lorsqu'elle provient d'une agence de presse, par exemple).

Cette dimension nous permet donc d'évaluer:

a) le niveau de créativité et d'originalité d'un journal;

b) l'utilisation du personnel: en effet, on considère l'information originale qui provient de journalistes, pigistes et photographes, ainsi que l'information "traitée" en provenance d'agences de presse ou d'autres organismes;

c) l'abonnement aux diverses agences;

d) les revenus publicitaires (commandites).

La source et le traitement de l'information ne sont pas toujours clairement indiqués. Les journalistes ne signent pas toujours leurs articles, particulièrement dans certains hebdomadaires, et ce pour différentes raisons (raisons syndicales, éviter de se compromettre, etc.). Avec l'expérience, lorsque les indices suffisent, on arrive à discerner si l'article fait l'objet d'un travail de journaliste ou pas; par exemple, s'il s'agissait d'un événement récent rapporté par un journal, on appelait à ce journal pour recueillir l'information supplémentaire désirée.

Provenance-envergure

Il s'agit ici d'une dimension spatiale qui mesure à la fois le point de provenance de l'événement et la portée plus ou moins immédiate de ses répercussions. Dans la majorité des cas, provenance et envergure coïncident. On considérera par exemple qu'une nouvelle en provenance d'Ottawa et traitant de la politique fédérale a une provenance et une envergure "nationale canadienne". Lorsque provenance et envergure diffèrent, c'est l'envergure qui a la priorité. Si l'on trouve par exemple dans le journal "Le Courrier de St-Hyacinthe", un reportage sur les Jeux du Québec qui se déroulent à St-Hyacinthe, on le codifiera comme "national québécois" et non "régional".

Les textes et photos dont la provenance ne peut être identifiée ou dont la portée (l'envergure) est indéterminée, sont codifiés "autres".

La forme

Il s'agit ici de la forme sous laquelle se présente l'information, c'est-à-dire: nouvelle (i.e. relation d'événement), commentaire, éditorial, photo ou illustration, publicité commerciale ou non commerciale, etc.

Cette dimension nous permet entre autres de déterminer la proportion relative de l'espace occupé dans le journal par la publicité payante, l'autopublicité, les échanges-média, etc.

L'objet

Cette dernière dimension précise, après la forme, le fond de l'information concernée. Elle regroupe 39 catégories (par exemple: finances, éducation, syndicalisme et conflits de travail, justice et législation, etc.).

Dans cette dimension, le choix du code approprié est souvent difficile à effectuer, car un même article ou une même information peut toucher différents secteurs de la vie économique, politique et sociale. Par exemple, la décision du gouvernement de porter le salaire minimum à $3.00 affecte les trois secteurs (politique, économique, social). On décidera alors de porter son choix sur tel ou tel code suivant ce qui nous apparaît déterminant dans l'article, ce qui est particulièrement mis en relief (formulation, espace occupé, sous-titres, etc. peuvent nous aider à définir ce qui est essentiel). Il va sans dire que ces interprétations peuvent varier d'un membre de l'équipe de codification à l'autre. Nous nous sommes consultés le plus souvent possible et, en cas de litige, le responsable de l'équipe prenait la décision. Ceci minimise sans les éliminer complètement les risques d'erreur dans l'interprétation de l'information.

ANALYSE DE CONTENU DES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

Source et traitement de l'information

Le tableau 2 nous donne la source et le traitement de l'information dans les quotidiens et hebdomadaires québécois ainsi que pour l'ensemble de la presse écrite; comme nous l'avons mentionné plus haut, cette dimension mesure à la fois l'origine de l'information (journalistes, agences de presse...) et son traitement, c'est-à-dire si elle est reproduite telle quelle ou modifiée.

On remarquera dans le tableau 2 que 52% de l'information, pour l'ensemble de la presse écrite, provient de commanditaires; le pourcentage de l'information commanditée est,

par ailleurs, significativement plus élevé dans les quotidiens (56%) que dans les hebdomadaires (49%).

29% de l'ensemble de l'information provient de journalistes, pigistes ou photographes; 36% de l'information dans les hebdomadaires provient de journalistes, comparativement à 23% seulement pour les quotidiens.

Par contre, 3% seulement de l'information dans les hebdomadaires, comparativement à 13% dans les quotidiens, provient d'agences de presse.

1% de l'ensemble de l'information provient de lecteurs (lettres, etc.), 1% provient d'organismes extérieurs qui produisent du texte rédactionnel, 1% provient de communiqués de presse (il s'agit ici de l'information transmise telle quelle, non traitée).

La catégorie "autres", qui compte pour 9% de l'ensemble, regroupe entre autres les jeux et mots croisés (lorsqu'ils ne sont pas signés), les titres et le sommaire du journal, les résultats de la loterie, les feuilletons, etc.

Importance relative de l'information commanditée et non commanditée

Dans les quotidiens

Le tableau 3 nous donne la distribution procentuelle de l'information dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution.

On remarquera que l'on trouve 73% de l'ensemble de l'information dans les quotidiens francophones et 28% dans les journaux anglophones; 28% dans les quotidiens du matin, et 73% dans les quotidiens de

TABLEAU 2

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION DANS LES QUOTIDIENS ET LES HEBDOMADAIRES**

Source et traitement	L'ensemble N: 26 315 (100%)	Quotidiens N: 7 885 (100%)	Hebdomadaires N: 18 430 (100%)
Journaliste (pigiste, photographe)	29	23	36
Lecteur(s)	1	1	1
Organisme à l'extérieur produisant du texte rédactionnel	1	1	1
Commanditaires	52	56	49
Agences de presse	8	13	3
Agence de presse (information traitée)	*	*	*
Communiqué de presse	1	1	*
Autres	9	7	11

* Moins de 0,5%
** Données pondérées espace / tirage

l'après-midi. 75% de l'information provient des quotidiens de Montréal, 15% de ceux de Québec et 10%, des autres quotidiens de la province. Ces données ayant été pondérées pour tenir compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux considérés ainsi que de leur tirage, on pourra en conclure que le gros de l'information, commanditée ou non commanditée, se situe:

dans les quotidiens francophones
dans les quotidiens de l'après-midi
dans les quotidiens de Montréal.

Les données des tableaux 4, 5 et 6 qui nous donnent la distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans chaque type de quotidien, sont pondérées d'abord en tenant compte uniquement de l'espace annuel, en po.^{2}, (première pondération), puis en tenant compte également du tirage (1). Ceci nous permet deux niveaux d'analyse:

1) Première pondération vs 2e pondération (mesure de l'impact du tirage sur la distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée). Ceci nous permet de remarquer que l'augmentation du tirage amène une augmentation significative du pourcentage d'espace commandité directement rétribué (publicité commerciale, annonces classées, etc.):

   a) dans les quotidiens francophones, de 50% (première pondération) à 54% (2e pondération) (tableau 4).

   b) dans les quotidiens de l'après-midi, de 58% à 62% (tableau 5).

   c) dans les quotidiens de Montréal, de 52% à 56% (tableau 6).

   d) enfin pour l'ensemble des quotidiens, de 52% (1ère pondération) à 55% (2e pondération).

2) A un deuxième niveau d'analyse, nous nous en tiendrons aux données pondérées espace-tirage (i.e. la 2e pondération).

(1) Cf. annexe pour le détail de la pondération

On remarquera dans le tableau 4 qu'il y a proportionnellement plus d'espace commandité directement rétribué dans les quotidiens francophones (60%) que dans les quotidiens anglophones (54%).

Il y en a également plus dans les quotidiens de l'après-midi (62%) que dans les quotidiens du matin (39%) (tableau 5).

A ce niveau, il n'y a toutefois pas de différence significative entre Montréal, Québec et la province (tableau 6).

On remarquera d'autre part qu'il y a proportionnellement plus d'information non commanditée dans les quotidiens francophones (44%) que dans les anglophones (39%), et plus dans les quotidiens du matin (59%) que dans ceux de l'après-midi (37%) (tableau 4 et 5).

Dans les hebdomadaires

Le tableau 7 nous donne la distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux, selon diverses variables. Précisons que nous considérons comme "nationaux" (1) les hebdomadaires qui ont une distribution étendue et non régionale.

Les hebdomadaires nationaux comptent 63% de l'ensemble de l'information, comparativement à 37% pour les hebdomadaires régionaux. Nous distinguons, parmi les hebdomadaires nationaux:

1) Les "quotidiens du dimanche" (Dimanche Dernière Heure, Dimanche-Matin, Sunday Express) qui regroupent 43% de l'ensemble de l'information de ces hebdos nationaux);

2) Les hebdomadaires "ludiques" ou de divertissement, qui portent surtout sur la vie artistique, les faits divers, les potins, etc. et qui regroupent 38% de l'ensemble de l'information;

3) La catégorie "autres" qui inclue des hebdomadaires qui ne correspondent à aucune de ces deux catégories, soit: Les Affaires,

(1) Voir la liste à l'annexe 8

TABLEAU 3

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS SELON LA LANGUE, LE MOMENT ET LE LIEU DE PARUTION*

Quotidiens	L'ensemble de l'information (100%)	Information commanditée (100%)	Rétribuée directement (100%)	Rétribuée indirectement (100%)	Information non commanditée (100%)	Traitée (100%)	Non traitée (100%)
Langue:							
Francophones (N: 6 559)	73	71	70	86	75	79	70
Anglophones (N: 1 326)	28	29	30	14	25	21	30
Moment de parution:							
Matin (N: 3 001)	28	20	19	43	38	42	34
Après-midi (N: 4 884)	73	80	81	57	62	58	66
Lieu de parution:							
Montréal (N: 3 145)	75	75	75	70	75	77	73
Québec (N: 1 170)	15	16	16	15	15	14	16
Province (N: 3 570) (en dehors de ces deux centres)	10	10	10	15	10	9	11

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 4

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Francophones N: 6 599 (100%)	Anglophones N: 1 326 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Francophones N: 6 559 (100%)	Anglophones N: 1 326 (100%)
Espace commandité	54	53	60	57	56	61
Directement rétribué (1)	52	50	59	55	54	60
Indirectement rétribué (2)	2	2	1	2	2	1
Espace non commandité	46	47	40	43	44	39
Information traitée	23	25	18	23	25	18
Information non traitée	23	22	22	20	19	21

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU 5

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens du matin N: 3 001 (100%)	Quotidiens de l'après-midi N: 4 884 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens du matin N: 3 001 (100%)	Quotidiens de l'après-midi N: 4 884 (100%)
Espace commandité	54	39	60	57	41	63
Directement rétribué (1)	52	37	58	55	39	62
Indirectement rétribué (2)	2	2	2	2	2	1
Espace non commandité	46	61	40	43	59	37
Information traitée	23	35	19	23	35	19
Information non traitée	23	26	21	20	24	18

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU 6

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DE MONTREAL, QUEBEC ET LA PROVINCE (EN DEHORS DE CES DEUX CENTRES)

	1ère pondération*				2e pondération*			
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Mtl N: 3 145 (100%)	Qué. N: 1 170 (100%)	Prov. N: 3 570 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Mtl N: 3 145 (100%)	Qué. N: 1 170 (100%)	Prov. N: 3 570 (100%)
Espace commandité	54	54	54	55	57	57	58	57
Directement rétribué (1)	52	52	52	53	55	56	56	55
Indirectement rétribué (2)	2	2	2	2	2	1	2	2
Espace non commandité	46	46	46	45	43	43	42	43
Information traitée	23	25	24	21	23	24	21	21
Information non traitée	23	21	22	24	20	19	21	22

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.², couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TV Hebdo et Perspectives. (19% de l'ensemble de l'information pour les hebdomadaires nationaux).

Parmi les hebdomadaires régionaux, 47% de l'ensemble de l'information se trouve dans les hebdomadaires A-1 et 53% dans les autres hebdomadaires régionaux; 56% de l'ensemble de l'information se trouve dans les hebdomadaires vendus, et 44% dans les hebdos distribués gratuitement.

Dans le tableau 8, on remarquera l'importance que prend l'espace commandité dans les hebdomadaires régionaux (65%, comparativement à 40% dans les hebdomadaires nationaux); l'information non commanditée n'occupe donc que 35% de l'espace dans les hebdomadaires régionaux, comparativement à 60% dans les hebdos nationaux.

Considérons maintenant, plus en détail, ces deux types d'hebdomadaires:

Dans les hebdomadaires nationaux (tableau 9), c'est dans les "quotidiens du dimanche" que l'on trouve proportionnellement le plus d'espace commandité (55%), et dans les hebdomadaires ludiques que l'on en trouve le moins (28%). C'est toutefois dans les hebdomadaires ludiques que l'on trouve le plus d'espace commandité indirectement rétribué (surtout de l'auto-publicité): 6%, vs 3% pour les quotidiens du dimanche.

Dans les hebdomadaires régionaux, il y a proportionnellement moins d'espace commandité dans les hebdos A-1 (60%) que dans les autres hebdomadaires (70%), (tableau 10). On trouve, par ailleurs, 74% d'espace commandité (tableau 11) dans les hebdomadaires régionaux distribués gratuitement, comparativement à 58% pour les hebdomadaires vendus. Ceci réduit à 26% la part de l'information non commanditée dans les hebdomadaires gratuits, alors qu'elle est de 42% dans les hebdomadaires vendus.

L'ESPACE PUBLICITAIRE

Nous considérons ici deux types de publicité, à savoir, la publicité commerciale et la publicité non commerciale.

Au niveau de la publicité commerciale, pour établir la différence entre la publicité locale, nationale québécoise et nationale canadienne, nous avons considéré deux facteurs: l'envergure de l'annonceur et la distribution du produit annoncé. Ces deux facteurs coïncident généralement. Par exemple, une annonce de Ford Canada pour promouvoir la vente des modèles 1977 est d'envergure nationale canadienne et le produit est également distribué dans tout le Canada (distribution nationale canadienne). Lorsque les deux facteurs sont différents, on donne la priorité à la distribution du produit. Une vente par correspondance d'un produit, par exemple, est considérée comme "nationale" même si l'annonceur ne possède aucune structure commerciale nationale.

La majeure partie des espaces consacrés à la publicité nationale québécoise et nationale canadienne est commanditée par les chaînes de grands magasins.

Nous classons par ailleurs comme "publicité non commerciale" les annonces qui procurent des revenus aux journaux sans pour autant être destinées à promouvoir la vente d'un produit, et qui apportent en même temps une information utile aux lecteurs (par exemple les appels d'offre).

En d'autres termes, l'espace publicitaire que nous considérons ici regroupe tous les types d'information commanditée et directement rétribuée.

Dans les quotidiens

Le tableau 12 nous donne la distribution procentuelle des divers types d'information commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution. On trouve 30% de l'ensemble de cette information commanditée dans les quotidiens anglophones et 70% dans les quotidiens francophones, 19% seulement dans les quotidiens du matin et 81% dans les quotidiens d'après-midi, 75% dans les quotidiens de Montréal, 16% dans les quotidiens de Québec et 10% dans les autres quotidiens de la province.

TABLEAU 7

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX SELON DIVERSES VARIABLES*

Hebdomadaires	L'ensemble de l'information (100%)	Information commanditee (100%)	Rétribuée directement (100%)	Rétribuée indirectement (100%)	Information non commanditée (100%)	Traitée (100%)	Non traitée (100%)
Nationaux (N: 6 250)	63	51	49	78	74	74	76
Régionaux (N: 12 180)	37	49	51	22	26	26	24
Nationaux:							
Quotidiens du dimanche (N: 1 346)	43	59	62	30	32	28	42
Ludiques (N: 4 331)	38	26	24	51	46	44	50
Autres (N: 573)	19	15	14	20	22	28	8
Régionaux:							
A-1 (N: 5 776)	47	43	43	51	55	53	59
Non A-1 (N: 6 414)	53	57	57	49	45	47	41
Vendus (N: 9 614)	56	50	49	71	67	67	67
Gratuits (N: 2 566)	44	50	51	29	33	33	33

Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 8

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Hebdos nationaux N: 6 250 (100%)	Hebdos régionaux N: 12 180 (100%)	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Hebdos nationaux N: 6 250 (100%)	Hebdos régionaux N: 12 180 (100%)
Espace commandité	56	35	62	49	40	65
Directement rétribué (1)	53	30	60	46	36	63
Indirectement rétribué (2)	3	5	2	3	4	2
Espace non commandité	44	65	38	51	60	35
Information traitée	32	42	29	36	42	26
Information non traitée	12	23	9	15	18	9

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU 9

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX, "QUOTIDIENS DU DIMANCHE", LUDIQUES ET AUTRES

	1ère pondération*				2e pondération*			
	L'ensemble N: 6 250 (100%)	**Quotidiens du dimanche** N: 1 346 (100%)	**Ludiques** N: 4 331 (100%)	**Autres** N: 573 (100%)	**L'ensemble** N: 6 250 (100%)	**Quotidien du dimanche** N: 1 346 (100%)	**Ludiques** N: 4 331 (100%)	**Autres** N: 573 (100%)
Espace commandité	35	46	28	33	40	55	28	31
Directement rétribué (1)	30	43	22	29	36	52	22	27
Indirectement rétribué (2)	5	3	6	4	4	3	6	4
Espace non commandité	65	54	72	67	60	45	72	69
Information traitée	42	30	47	52	42	28	49	62
Information non traitée	23	24	25	15	18	17	23	7

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU 10

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX A-1 ET LES AUTRES HEBDOMADAIRES REGIONAUX

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 12 180 (100%)	A-1 N: 5 766 (100%)	Non A-1 N: 6 414 (100%)	L'ensemble N: 12 180 (100%)	A-1 N: 5 766 (100%)	Non A-1 N: 6 414 (100%)
Espace commandité	62	61	63	65	60	70
Directement rétribué (1)	60	59	60	63	58	68
Indirectement rétribué (2)	2	2	3	2	2	2
Espace non commandité	38	39	37	35	40	30
Information traitée	29	29	28	26	28	23
Information non traitée	9	10	9	9	12	7

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU 11

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET DISTRIBUES GRATUITEMENT

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Hebdos vendus N: 9 614 (100%)	Hebdos gratuits N: 2 566 (100%)	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Hebdos vendus N: 9 614 (100%)	Hebdos gratuits N: 2 566 (100%)
Espace commandité	62	59	72	65	58	74
Directement rétribué (1)	60	57	70	63	55	73
Indirectement rétribué (2)	2	2	2	2	3	1
Espace non commandité	38	41	28	35	42	26
Information traitée	29	31	20	26	31	19
Information non traitée	9	10	8	9	11	7

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

(1) publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) échange média (en partie) et autopublicité

Le tableau 13 nous montre l'importance relative des divers types d'information commanditée dans les quotidiens francophones et anglophones.

On remarquera que les quotidiens francophones accordent plus d'espace à la publicité locale (37%, vs 33% pour les anglophones) et à la publicité nationale québécoise (8%, vs 1% chez les anglophones).

Par contre, les quotidiens anglophones accordent 40% de leur espace publicitaire aux annonces classées comparativement à 28% pour les quotidiens francophones.

Le tableau 14 compare la distribution des divers types d'information commanditée dans les quotidiens du matin et ceux de l'après-midi.

Les quotidiens du matin accordent plus d'importance à la publicité locale (41% vs 34%) et aux annonces classées (33% vs 30%) que les quotidiens de l'après-midi, tandis que ces derniers accordent plus d'importance à la publicité nationale, québécoise (6% vs 4%) ou canadienne (28% vs 21%).

Le tableau 15 compare les mêmes données pour les quotidiens de Montréal, Québec et le reste de la province.

Dans ces trois groupes de quotidiens, on trouve la même proportion de l'espace publicitaire occupée par la publicité nationale québécoise (soit 6%).

Par contre, la publicité locale occupe 53% de l'espace publicitaire dans les quotidiens de Québec, comparativement à 33% pour ceux de Montréal et 29% pour les autres quotidiens de la province.

La publicité nationale canadienne occupe seulement 23% de l'espace publicitaire dans les quotidiens de Montréal, 31% dans ceux de Québec et 43% dans les autres quotidiens de la province.

Les annonces classées occupent 37% de l'espace publicitaire dans les quotidiens de Montréal, 22% dans les quotidiens de la province en dehors des deux grands centres et 10% seulement de l'espace publicitaire dans les quotidiens de Québec.

Dans les hebdomadaires

Le tableau 16 nous donne la distribution procentuelle des divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables.

49% de l'ensemble de l'information commanditée se trouve dans les hebdomadaires nationaux, et 51% dans les hebdomadaires régionaux.

Dans les hebdomadaires nationaux, le gros de l'information commanditée se trouve dans les "quotidiens du dimanche" (62%), suivis par les hebdomadaires ludiques (24%) et les autres hebdomadaires nationaux (14%).

Dans les hebdomadaires régionaux, 43% de l'ensemble de l'information commanditée se trouve dans les hebdos A-1 et 57% dans les autres hebdos; 49% dans les hebdomadaires vendus, et 51% dans les hebdomadaires distribués gratuitement.

Le tableau 17 nous montre l'importance relative accordée aux divers types d'information commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux. L'espace publicitaire se distribue de façon très différente dans ces deux types d'hebdos. Les hebdomadaires régionaux accordent significativement plus d'espace à la publicité locale (50%, vs 29% pour les hebdos nationaux) et aux annonces classées (14% vs 1%); les hebdomadaires nationaux accordent plus d'espace à la publicité nationale québécoise (22% vs 12%) ou canadienne (48% vs 23%).

Dans le tableau 18, on remarquera que parmi les hebdomadaires nationaux, les quotidiens du dimanche accordent plus d'espace à la publicité locale que les hebdos ludiques (35% vs 26%), alors que ces derniers consacrent plus d'espace à la publicité nationale québécoise que les quotidiens du dimanche (29% vs 24%). 92% de l'espace publicitaire dans les hebdos de la catégorie "autres" est consacré à la publicité nationale canadienne (on se souviendra que cette catégorie regroupe les hebdos suivants: Les Affaires, TV Hebdo et Perspective).

TABLEAU 12

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DES DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS SELON LA LANGUE, LE MOMENT ET LE LIEU DE PARUTION*

Quotidiens	Tous les types d'information commanditée (100%)	Publicité locale (100%)	Publicité nationale québécoise (100%)	Publicité nationale canadienne (100%)	Annonces classées (100%)	Appels d'offres (100%)
Langue:						
Francophone (N: 6 599)	70	73	93	71	62	86
Anglophone (N: 1 326)	30	27	7	29	38	14
Moment de parution:						
Matin (N: 3 001)	19	22	13	15	20	17
Après-midi (N: 4 884)	81	78	87	85	80	83
Lieu de parution:						
Montréal (N: 3 145)	75	69	75	66	89	84
Québec (N: 1 170)	16	23	16	18	5	13
Province (N: 3 570) (en dehors de ces deux centres)	10	8	10	16	7	3

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 13

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Francophones N: 6 599 (100%)	Anglophones N: 1 326 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Francophones N: 6 559 (100%)	Anglophones N: 1 326 (100%)
Publicité locale	35	35	34	35	37	33
Publicité nationale québécoise	6	7	1	6	8	1
Publicité nationale canadienne	31	32	26	26	27	26
Annonces classées	28	24	39	31	28	40
Appels d'offres	1	2	1	2	2	1

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 14

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DU MATIN ET CEUX DE L'APRES-MIDI

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Matin N: 3001 (100%)	Après-midi N: 4 884 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Matin N: 3 001 (100%)	Après-midi N: 4 884 (100%)
Publicité locale	35	41	33	35	41	34
Publicité nationale québécoise	6	5	6	6	4	6
Publicité nationale canadienne	31	21	33	26	21	28
Annonces classées	28	32	27	31	33	30
Appels d'offres	1	2	1	2	1	2

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 15

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DE MONTREAL, QUEBEC ET LA PROVINCE (HORS DE CES DEUX GRANDS CENTRES)

	1ère pondération*				2e pondération*			
	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Montréal N: 3 145 (100%)	Québec N: 1 170 (100%)	Province N: 3 570 (100%)	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Montréal N: 3 145 (100%)	Québec N: 1 170 (100%)	Province N: 3 570 (100%)
Publicité locale	35	33	53	29	35	33	53	29
Publicité nationale québécoise	6	5	6	6	6	6	6	6
Publicité nationale canadienne	31	24	29	44	26	23	31	43
Annonces classées	28	36	11	20	31	37	10	22
Appels d'offres	1	2	1	1	2	2	1	1

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 16

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DES DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX ET SELON DIVERSES VARIABLES*

Hebdomadaires	Tous les types d'information commanditée (100%)	Publicité locale (100%)	Publicité nationale québécoise (100%)	Publicité nationale canadienne (100%)	Annonces classées (100%)	Appels d'offres (100%)
Nationaux (N: 6 250)	49	36	64	67	6	—
Régionaux (N: 12 180)	51	65	36	33	94	100
Nationaux:						
Quotidiens du dimanche (N: 1 346)	62	75	69	52	26	—
Ludiques (N: 4 331)	24	21	31	21	71	—
Autres (N: 573)	14	3	1	27	3	—
Régionaux:						
A-1 (N: 5 766)	43	40	46	58	28	27
Non A-1 (N: 6 414)	57	60	54	42	72	73
Vendus (N: 9 614)	49	49	51	60	33	31
Gratuits (N: 2 566)	51	51	49	40	67	69

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 17

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Nationaux N: 6 250 (100%)	Régionaux N: 12 180 (100%)	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Nationaux N: 6 250 (100%)	Régionaux N: 12 180 (100%)
Publicité locale	49	31	52	40	29	50
Publicité nationale québécoise	12	23	11	17	22	12
Publicité nationale canadienne	27	44	25	35	48	23
Annonces classées	10	2	11	8	1	14
Appels d'offre	1	—	1	1	—	1

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 18

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE", LUDIQUES ET AUTRES

	1ère pondération**				2e pondération**			
	L'ensemble N: 6 250 (100%)	"Quotidiens du dimanche" N: 1 346 (100%)	Ludiques N: 4 331 (100%)	Autres N: 573 (100%)	L'ensemble N: 6 250 (100%)	"Quotidiens du dimanche" N: 1 346 (100%)	Ludiques N: 4 331 (100%)	Autres N: 573 (100%)
Publicité locale	31	40	27	6	29	35	26	7
Publicité nationale québécoise	23	23	30	1	22	24	29	1
Publicité nationale canadienne	44	37	39	92	48	41	42	92
Annonces classées	2	*	3	1	1	*	3	*
Appels d'offre	—	—	—	—	—	—	—	—

* Moins de 0,5%

** La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

Le tableau 19 nous montre également des variations assez importantes dans la distribution de l'espace publicitaire dans les hebdos A-1 et les autres hebdomadaires régionaux.

Les hebdos A-1 consacrent en effet plus d'espace à la publicité nationale québécoise (13% vs 11%) ou canadienne (30% vs 17%), alors que les autres hebdomadaires régionaux accordent plus d'espace à la publicité locale (53% vs 47%) et aux annonces classées (18% vs 9%).

Dans le tableau 20, on verra que les hebdomadaires régionaux vendus accordent significativement plus d'espace publicitaire à la publicité nationale canadienne (28% vs 18%), alors que les hebdomadaires régionaux distribués gratuitement en consacrent davantage aux annonces classées (19% vs 9%).

L'ESPACE REDACTIONNEL

Nous nous proposons de considérer ici d'abord la **forme** sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les quotidiens et les hebdomadaires du Québec, puis la **provenance et l'envergure** de cette information et enfin les différents **sujets** traités et l'importance relative qui leur est accordée dans le contenu rédactionnel des divers journaux.

La forme

Il importe d'abord de définir certains termes que nous employons, afin d'éviter tout malentendu.

Nous considérons ici comme "nouvelles", ou information première, la relation toute descriptive d'un fait ou d'un événement, sans prise de position.

Par ailleurs, nous appelons "commentaire" tout article qui émet une opinion clairement identifiée sur un événement présent, passé ou à venir, qui prend position, mais aussi tout article qui donne de l'information seconde: débats sur des problèmes d'actualité, réflexion approfondie sur divers sujets, articles thématiques portant sur un sujet déterminé (la chasse, la mode, l'automobile, etc.) sans être en prise directe avec l'actualité.

Dans les quotidiens

Le tableau 21 nous donne la distribution procentuelle de la forme sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution.

On remarquera que 75% de l'ensemble de l'information non commanditée se situe dans les quotidiens francophones et 25% dans les quotidiens anglophones, 38% dans les quotidiens du matin et 62% dans les quotidiens de l'après-midi, 75% de cette information provient des quotidiens de Montréal, 15% des quotidiens de Québec et 10% des autres quotidiens de la province.

Dans le tableau 22, on verra que les quotidiens francophones accordent comparativement plus d'espace aux "nouvelles" que les quotidiens anglophones (57% vs 53%); par ailleurs, ces derniers accordent plus d'espace aux commentaires (29% vs 17% dans les quotidiens francophones).

Les quotidiens francophones consacrent également plus d'espace aux photos et illustrations que leurs homologues anglophones (22%, comparativement à 14% seulement pour les anglophones).

On verra dans le tableau 23 que les quotidiens du matin consacrent une plus grande partie de l'espace rédactionnel aux photos et illustrations que ne le font les quotidiens de l'après-midi (22% vs 18%); par contre, les quotidiens de l'après-midi accordent plus d'espace aux commentaires que ceux du matin (21% vs 18%).

Nous pourrons constater dans le tableau 24 que s'il n'y a pas de différence significative, au niveau de la forme que prend le contenu rédactionnel, entre Montréal et Québec, par contre il existe des différences entre ces deux grands centres et le reste de la province; dans les quotidiens de province, 65% de l'information non commanditée se présente sous forme de nouvelles, comparativement à 55% pour les quotidiens de Montréal et 54% pour les quotidiens de Québec; 11% seulement de l'information se présente sous forme de commentaires dans les quotidiens de province, comparativement à 20% à Montréal et 21% à Québec.

TABLEAU 19

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX A-1 ET LES AUTRES HEBDOMADAIRES REGIONAUX

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 12 180 (100%)	A-1 N: 5 766 (100%)	Autres N: 6 414 (100%)	L'ensemble N: 12 180 (100%)	A-1 N: 5 766 (100%)	Autres N: 6 414 (100%)
Publicité locale	52	48	59	50	47	53
Publicité nationale québécoise	11	12	10	12	13	11
Publicité nationale canadienne	25	30	17	23	30	17
Annonces classées	11	10	14	14	9	18
Appels d'offre	1	1	1	1	1	2

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 20

IMPORTANCE RELATIVE ACCORDEE AUX DIVERS TYPES D'INFORMATION COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET DISTRIBUES GRATUITEMENT

	1ère pondération*			2e pondération*		
	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Vendus N: 9 614 (100%)	Gratuits N: 2 566 (100%)	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Vendus N: 9 614 (100%)	Gratuits N: 2 566 (100%)
Publicité locale	52	51	54	50	50	51
Publicité nationale québécoise	11	11	10	12	12	11
Publicité nationale canadienne	25	27	20	23	28	18
Annonces classées	11	10	15	14	9	19
Appels d'offre	1	1	1	1	1	2

* La première pondération tient compte de l'espace annuel, en po.^{2}, couvert par chacun des journaux; la deuxième pondération tient également compte du tirage pour chacun des journaux.

TABLEAU 21

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE LA FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS SELON LA LANGUE, LE MOMENT ET LE LIEU DE PARUTION*

Quotidiens	L'ensemble de l'information (100%)	Nouvelles (100%)	Commentaires (100%)	Editoriaux (100%)	Photos / Illustrations (100%)	Autres (100%)
Langue:						
Francophones (N: 6 559)	75	76	63	100	82	72
Anglophones (N: 1 326)	25	24	37	—	18	28
Moment de parution:						
Matin (N: 3 001)	38	37	35	41	43	43
Après-midi (N: 4 884)	62	63	65	60	58	58
Lieu de parution:						
Montréal (N: 3 145)	75	74	78	50	77	73
Québec (N: 1 170)	15	15	16	43	13	18
Province (N: 3 570) (ailleurs que dans ces deux centres)	10	11	5	7	10	9

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 22

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES *

Forme	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens francophones N: 6 559 (100%)	Quotidiens anglophones N: 1 326 (100%)
Nouvelle	56	57	53
Commentaire	20	17	29
Editorial	1	2	—
Photo, illustration	20	22	14
Autres	3	3	4

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 23

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI*

Forme	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens du matin N: 3 001 (100%)	Quotidiens de l'après-midi N: 4 884 (100%)
Nouvelle	56	55	57
Commentaire	20	18	21
Editorial	1	1	1
Photo, illustration	20	22	18
Autres	3	4	3

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 24

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DE MONTRÉAL, DE QUEBEC ET DE LA PROVINCE (EN DEHORS DE CES DEUX CENTRES)*

Forme	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Montréal N: 3 145 (100%)	Québec N: 1 170 (100%)	Province N: 3 570 (100%)
Nouvelle	56	55	54	65
Commentaire	20	20	21	11
Editorial	1	1	3	1
Photo, illustration	20	20	17	20
Autres	3	3	4	3

* Données pondérées espace / tirage

Dans les hebdomadaires

Le tableau 25 donne la distribution procentuelle de la forme sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables.

74% de l'ensemble de l'information non commanditée se situe dans les hebdomadaires nationaux et 26% dans les hebdomadaires régionaux.

Dans les hebdos nationaux, 32% de cette information se situe dans les quotidiens du dimanche, 46% dans les hebdomadaires ludiques et 22% dans les autres hebdomadaires.

Dans les hebdos régionaux, on trouve 55% de l'information non commanditée dans les hebdos A-1 et 45% dans les autres hebdos: 67% de l'information se situe dans les hebdomadaires vendus et 33% dans les hebdomadaires distribués gratuitement.

Le tableau 26 compare la forme sous laquelle se présente l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux.

On trouve dans les hebdos régionaux plus de nouvelles (58% vs 34%), alors que les hebdos ludiques contiennent plus de commentaires (21% vs 12%) de photos et d'illustrations (34% vs 28%) et d'autres formes de présentation (jeux, mots croisés, etc.: 11% vs 2%).

Les hebdos A-1 contiennent une plus forte proportion de commentaires (15% vs 8%) et de photos et illustrations (28% vs 22%); les autres hebdomadaires contiennent plus de nouvelles 64% vs 53%) que les hebdos A-1, toujours comparativement à l'ensemble du contenu rédactionnel pour chacun des journaux.

Les hebdos régionaux distribués gratuitement (tableau 29) contiennent plus de nouvelles que les hebdos régionaux vendus (65% vs 55%); ces derniers par contre accordent une plus grande partie de leur espace rédactionnel aux commentaires (13% vs 9%) et aux photos et illustrations (27% comparativement à 20% pour les hebdos distribués gratuitement).

La provenance et l'envergure:

Comme nous l'avions mentionné dans l'introduction, la provenance et l'envergure de l'information coïncident généralement; sinon, c'est à l'envergure (i.e. à la portée) de l'information que nous vous référons pour classifier cette information.

On remarquera que nous avons distingué deux niveaux dans l'information locale et régionale. La catégorie "information locale régionale" que l'on trouve en premier lieu dans les tableaux se réfère à trois régions excentriques: l'Abitibi, le Bas Saint-Laurent et la Côte Nord. Cette distinction nous a semblé indispensable car elle permet de mettre en lumière la situation particulièrement défavorisée de ces trois régions au niveau de l'information par la presse écrite.

Dans les quotidiens

Le tableau 30 nous donne la provenance et l'envergure de l'information non commanditée dans les quotidiens selon la langue, le moment et le lieu de parution. On pourrait croire d'après ce tableau que les quotidiens ne contiennent pas d'information en provenance des régions excentriques mentionnées plus haut en ayant une portée particulière à l'une ou l'autre de ces régions. Cela tient au fait que le contenu en provenance des régions excentriques n'a pas été considéré dans l'analyse des quotidiens. Cette information, certes utile, n'a pu être produite parce que l'analyse des quotidiens était terminée lorsque nous avons cru bon de la faire.

Le tableau 31 donne la provenance et l'envergure de l'information non commanditée dans les quotidiens francophones et anglophones. On trouve des différences significatives à tous les niveaux: les quotidiens francophones contiennent proportionnellement plus d'information locale et régionale (26% vs 22%) et d'information nationale québécoise (22% vs 7%); les quotidiens anglophones pour leur part accordent plus d'espace à l'information nationale canadienne

TABLEAU 25

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE LA FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX ET SELON DIVERSES VARIABLES*

Hebdomadaires	L'ensemble de l'information (100%)	Nouvelles (100%)	Commentaires (100%)	Editoriaux (100%)	Photos / Illustrations (100%)	Autres (100%)
Nationaux (N: 6 250)	74	69	83	25	77	82
Régionaux (N: 12 180)	26	31	17	75	23	18
Nationaux:						
"Quotidiens du dimanche" (N: 1 346)	32	42	20	70	31	10
Ludiques (N: 4 331)	46	35	48	31	54	77
Autres (N: 573)	22	23	33	—	15	14
Régionaux:						
A-1 (N: 5 766)	55	50	69	63	61	49
Non A-1 (N: 6 414)	45	50	31	38	39	51
Vendus (N: 9 614)	67	64	76	74	74	57
Gratuits (N: 2 566)	33	36	24	26	26	43

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 26

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX**

Forme	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Hebdomadaires nationaux N: 6 250 (100%)	Hebdomadaires régionaux N: 12 180 (100%)
Nouvelle	48	44	58
Commentaire	18	20	12
Editorial	*	*	1
Photo, illustration	28	29	25
Autres	6	7	5

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 27

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE", LUDIQUES ET AUTRES**

Forme	L'ensemble N: 6 250 (100%)	"Quotidiens du dimanche" N: 1 346 (100%)	Ludiques N: 4 331 (100%)	Autres N: 573 (100%)
Nouvelle	44	58	34	46
Commentaire	20	12	21	30
Editorial	*	*	—	—
Photo, illustration	29	28	34	20
Autres	7	2	11	4

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 28

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX A-1 ET LES AUTRES HEBDOS REGIONAUX**

Forme	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Hebdomadaires A-1 N: 5 766 (100%)	Autres hebdomadaires N: 6 414 (100%)
Nouvelle	58	53	64
Commentaire	12	15	8
Editorial	1	1	*
Photo, illustration	25	28	22
Autres	5	4	6

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 29

FORME SOUS LAQUELLE SE PRESENTE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET DISTRIBUES GRATUITEMENT**

Forme	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Hebdomadaires régionaux vendus N: 9 614 (100%)	Hebdomadaires régionaux gratuits N: 2 566 (100%)
Nouvelle	58	55	65
Commentaire	12	13	9
Editorial	1	1	*
Photo, illustration	25	27	20
Autres	5	4	6

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 30

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS SELON LA LANGUE, LE MOMENT ET LE LIEU DE PARUTION *

Quotidiens	L'ensemble de l'information (100%)	Locale et régionale (1) (100%)	Locale et régionale (2) (100%)	Nationale québécoise (100%)	Nationale canadienne (100%)	Internationale (U.S.A.) (100%)	Internationale (ailleurs) (100%)	Autre (indéterminée) (100%)
Langue:								
Francophone (N: 6 559)	75	—	78	90	65	71	64	79
Anglophone (N: 1 326)	25	—	22	10	36	29	36	21
Moment de parution:								
Matin (N: 3 001)	38	—	36	50	42	47	31	21
Après-midi (N: 4 884)	62	—	64	50	59	53	69	79
Lieu de parution:								
Montréal (N: 3 145)	75	—	66	73	80	76	82	81
Québec (N: 1 170)	15	—	17	20	11	18	13	11
Province (ailleurs de ces deux centres (N: 3 570)	10	—	18	7	9	6	5	8

* Données pondérées espace / tirage

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas Saint-Laurent, Côte-Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

TABLEAU 31

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES*

Provenance / envergure	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens francophones N: 6 559 (100%)	Quotidiens anglophones N: 1 326 (100%)
Locale et régionale (1)	—	—	—
Locale et régionale (2)	25	26	22
Nationale québécoise	19	22	7
Nationale canadienne	20	17	28
Internationale (U.S.A.)	9	9	11
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	15	13	22
Autres (provenance indéterminée)	12	13	10

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas St-Laurent, Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Données pondérées espace / tirage

(28% vs 17%) et internationale, tant des U.S.A. (11% vs 9%) que des autres pays (22% vs 13%).

Dans les quotidiens du matin (tableau 32), on trouve significativement plus d'information nationale québécoise (24% vs 15%), nationale canadienne (22% vs 19%) et internationale des U.S.A. (11% vs 8%) que dans les quotidiens de l'après-midi; ces derniers, par contre, contiennent une plus grande proportion d'information locale et régionale (26% vs 23%) et internationale de pays autres que les Etats-Unis (17% vs 13%).

Si l'on considère maintenant le lieu de parution des quotidiens (tableau 33), on remarquera les points suivants:

Les quotidiens de province contiennent plus d'information locale et régionale (45%) que ceux de Québec (28%), et ces derniers en contiennent significativement plus que ceux de Montréal (22%).

Les quotidiens de Québec contiennent plus d'information nationale québécoise (25%), suivis par ceux de Montréal (18%) et de la province (13%).

L'information nationale canadienne occupe proportionnellement plus d'espace dans les quotidiens montréalais (21%) que dans ceux de la province (18%) et de Québec (15%).

Il y a proportionnellement plus d'information en provenance des Etats-Unis dans les quotidiens de Québec (11%) que dans ceux de Montréal (9%) et de la province (6%).

Il y a plus d'information en provenance d'autres pays, ou d'envergure internationale, dans les quotidiens de Montréal (17%) que dans ceux de Québec (13%) et de la province (8%).

Dans les hebdomadaires

Le tableau 34 donne la provenance et l'envergure de l'information non commanditée dans les hebdomadaires nationaux et régionaux et selon diverses variables. On y remarquera les points suivants:

On trouve dans les hebdomadaires une certaine quantité d'information qui touche les régions excentriques mentionnées plus haut. Toutefois, cette information est concentrée (à 98%) dans les hebdomadaires régionaux.

Plus encore, elle se concentre à 81% dans les hebdomadaires A-1 (on trouve cinq hebdomadaires A-1 dans les régions excentriques en question).

Dans les hebdomadaires régionaux, 85% de l'information touchant ces régions excentriques se trouve dans des hebdos vendus et 15% seulement dans des hebdos gratuits.

Le tableau 35 compare la distribution de la provenance et de l'envergure de l'information dans les hebdomadaires nationaux et régionaux. Ces deux types d'hebdomadaires semblent répondre chacun à une vocation bien précise, puisqu'au total 69% de l'information dans les hebdos régionaux est de provenance et d'envergure régionales, comparativement à 13% pour les hebdos nationaux; tandis que ces derniers comptent 29% d'information nationale québécoise (comparativement à 11% pour les hebdos régionaux), 22% d'information nationale canadienne (comparativement à 3%), 10% d'information en provenance des Etats-Unis (vs 2%) et 9% (vs 3%) d'information internationale provenant d'ailleurs que des USA.

Parmi les hebdos nationaux (tableau 36), les quotidiens du dimanche accordent plus d'espace à l'information locale et régionale (20% vs 12%), à l'information en provenance des USA (19% vs 8%) et aux autres informations internationales (15% vs 6%), tandis que les hebdomadaires ludiques consacrent proportionnellement plus d'espace à l'information nationale québécoise (35% vs 25%), ainsi qu'à diverses informations de provenance indéterminée (27% vs 10%).

Les hebdomadaires régionaux A-1 (tableau 37) accordent proportionnellement plus d'espace aux informations suivantes:

Provenance-envergure locale (des régions excentriques):	11% vs 3%
Provenance-envergure nationale québécoise:	13% vs 8%

TABLEAU 32

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI *

Provenance / Envergure	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Quotidiens du matin N: 3 001 (100%)	Quotidiens de l'après-midi N: 4 884 (100%)
Locale et régionale (1)	—	—	—
Locale et régionale (2)	25	23	26
Nationale québécoise	19	24	15
Nationale canadienne	20	22	19
Internationale (U.S.A.)	9	11	8
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	15	13	17
Autres (provenance indéterminée)	12	7	16

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas St-Laurent, Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 33

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS DE MONTREAL, QUEBEC ET LA PROVINCE (EN DEHORS DE CES DEUX CENTRES) *

Provenance / Envergure	L'ensemble N: 7 885 (100%)	Montréal N: 3 145 (100%)	Québec N: 1 170 (100%)	Province N: 3 570 (100%)
Locale et régionale (1)	—	—	—	—
Locale et régionale (2)	25	22	28	45
Nationale québécoise	19	18	25	13
Nationale canadienne	20	21	15	18
Internationale (U.S.A.)	9	9	11	6
Internationale (autres pays que les U.S.A.	15	17	13	8
Autres (provenance indéterminée)	12	13	9	10

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas Saint-Laurent, Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 34

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX ET SELON DIVERSES VARIABLES *

	PROVENANCE / ENVERGURE							
Hebdomadaires	L'ensemble de l'information (100%)	Locale et régionale (1) (100%)	Locale et régionale (2) (100%)	Nationale québécoise (100%)	Nationale canadienne (100%)	Internationale (U.S.A.) (100%)	Internationale (ailleurs) (100%)	Autre (indéterminée) (100%)
Nationaux (N: 6 250)	74	2	38	89	95	94	89	80
Régionaux N: 12 180)	26	98	63	11	5	6	12	20
Nationaux:								
"Quotidiens du dimanche" (N: 1 346)	32	*	51	28	16	60	53	19
Ludiques (N: 4 331)	46	*	43	55	26	34	30	72
Autres (N:573)	22	—	6	18	58	6	17	10
Régionaux:								
A-1 (N: 5 766)	55	81	45	67	80	93	70	60
Non A-1 (N: 6 414)	45	19	55	33	20	7	30	40
Vendus (N: 9 614)	67	85	63	72	84	93	71	66
Gratuits (N: 2 566)	33	15	37	28	16	7	29	34

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas Saint-Laurent, Côte Nord.
(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec, et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.
* Moins de 0,5%
** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 35

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX**

Provenance / Envergure	L'ensemble N: 18 430 (100%)	Hebdomadaires nationaux N: 6 250 (100%)	Hebdomadaires régionaux N: 12 180 (100%)
Locale et régionale (1)	2	*	8
Locale et régionale (2)	25	13	61
Nationale québécoise	25	29	11
Nationale canadienne	17	22	3
Internationale (U.S.A.)	8	10	2
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	8	9	3
Autres (provenance indéterminée)	16	17	12

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes et / ou touchant la population de ces trois régions seulement : Abitibi, Bas Saint-Laurent, Côte Nord

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 36

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE", LUDIQUES ET AUTRES**

Provenance / Envergure	L'ensemble N: 6 250 (100%)	"Quotidiens du dimanche" N: 1 346 (100%)	Ludiques N: 4 331 (100%)	Autres N: 573 (100%)
Locale et régionale (1)	*	*	*	—
Locale et régionale (2)	13	20	12	3
Nationale québécoise	29	25	35	23
Nationale canadienne	22	11	12	56
Internationale (U.S.A.)	10	19	8	3
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	9	15	6	7
Autres (provenance / indéterminée)	17	10	27	8

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes, et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas St-Laurent et Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions de Québec et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 37

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX A-1 ET LES AUTRES HEBDOMADAIRES REGIONAUX **

Provenance / Envergure	L'ensemble N: 12 180 (100%)	A-1 N: 5 766 (100%)	Autres (non A-1) N: 6 414 (100%)
Locale et régionale (1)	8	11	3
Locale et régionale (2)	61	50	74
Nationale québécoise	11	13	8
Nationale canadienne	3	5	1
Internationale (U.S.A.)	2	3	*
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	3	4	2
Autres (provenance indéterminée)	12	13	11

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes, et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas St-Laurent, Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec, et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 38

PROVENANCE ET ENVERGURE DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET DISTRIBUES GRATUITEMENT **

Provenance / envergure	L'ensemble N: 12 180 (100%)	Hebdomadaires vendus N: 9 614 (100%)	Hebdomadaires gratuits N: 2 566 (100%)
Locale régionale (1)	8	10	4
Locale régionale (2)	61	57	70
Nationale québécoise	11	11	9
Nationale canadienne	3	4	2
Internationale (U.S.A.)	2	3	*
Internationale (autres pays que les U.S.A.)	3	4	3
Autres (provenance indéterminée)	12	12	13

(1) Information provenant des trois régions excentriques suivantes, et / ou touchant la population de ces trois régions seulement: Abitibi, Bas Saint-Laurent, Côte Nord.

(2) Information provenant de toutes les autres régions du Québec, et / ou touchant la population de ces autres régions seulement.

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

Provenance-envergure nationale canadienne:	5% vs 1%
Provenance-envergure USA:	3% vs —
Provenance-envergure internationale (d'ailleurs qu'aux USA):	4% vs 2%

Les hebdomadaires régionaux qui ne sont pas des hebdos A-1 attachent proportionnellement plus d'importance aux nouvelles locales et régionales qui ne proviennent pas des régions excentriques (74% vs 50%).

La provenance et l'envergure de l'information est donc, de façon générale, beaucoup plus diversifiée dans les hebdos A-1 que dans les autres hebdomadaires régionaux.

Dans le tableau 38, qui compare les hebdos régionaux vendus et ceux qui sont distribués gratuitement, on trouvera d'une façon générale les mêmes tendances, avec une plus grande diversité dans la provenance et l'envergure de l'information pour les hebdomadaires vendus.

Les sujets traités

Il convient peut-être de définir d'abord ici brièvement les catégories utilisées. La catégorie "Actualité" regroupe l'information sur l'actualité politique, sociale, économique et culturelle.

Les "nouvelles à caractère utilitaire" sont celles qui touchent un large secteur du public en lui apportant certaines informations comme la météo, les programmes de radio-cinéma-télévision, la loterie, etc.

La catégorie "monde du travail" regroupe les informations sur la vie professionnelle, les conflits de travail, le syndicalisme, etc.

"Vie urbaine ou municipale" regroupe les compte rendus de réunions du conseil de ville, l'urbanisme, etc., en bref toutes les affaires intéressant directement la municipalité autres que les élections et les nouvelles économiques (comme une décision d'octroi).

"Vie politique" recouvre, entre autres, les déplacements de chefs d'état, etc.

"Vie économique" englobe les finances, la consommation.

"Vie sociale et communautaire" inclut les groupements de citoyens, les manifestations de solidarité, les réflexions sur le statut féminin, les activités et les loisirs d'intérêt local et régional, etc.

"Vie culturelle" regroupe les arts classiques et modernes, la réflexion sur les média, les spectacles, les événements de la vie artistique (en dehors des potins).

Les autres catégories se définissent assez bien elles-mêmes.

Dans les quotidiens

On remarquera dans le tableau 39 que les quotidiens anglophones consacrent comparativement plus d'espace aux secteurs suivants d'intérêt, que les quotidiens francophones:

Vie politique (6% vs 2%)
Vie économique (16% vs 9%)
Education, sciences, santé, justice (6% vs 3%)
Mots croisés, bandes dessinées, etc. (8% vs 4%)

Par contre, les quotidiens francophones consacrent plus d'espace rédactionnel aux sujets suivants:

Actualité (16% vs 12%)
Sport professionnel (16% vs 3%).

Le tableau 40 nous permet de comparer les quotidiens du matin et ceux de l'après-midi. Les quotidiens du matin privilégient davantage les secteurs suivants:

Sport professionnel (24% vs 6%)
Sport amateur (15% vs 11%)

Par contre, les quotidiens de l'après-midi accordent plus d'espace aux sujets suivants:

Actualité (17% vs 12%)
Vie économique (13% vs 8%)

Le tableau 41 nous permet de constater les faits suivants:

Les quotidiens de Montréal consacrent plus d'espace aux sujets suivants, que les quotidiens de Québec et de la province:

TABLEAU 39

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES QUOTIDIENS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES *

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Autres
L'ensemble	N: 7 885 (100%)	15	9	2	2	3	11	3	4	9	13	13	5	3	4	4
Quotidiens francophones	N: 6 559 (100%)	16	8	3	2	2	9	3	3	9	16	13	4	3	4	5
Quotidiens anglophones	N: 1 326 (100%)	12	10	1	3	6	16	5	6	8	3	12	8	3	3	4

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 40

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI *

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Autres
L'ensemble	N: 7 885 (100%)	15	9	2	2	3	11	3	4	9	13	13	5	3	4	4
Quotidiens du du matin	N: 3 001 (100%)	12	9	2	2	1	8	3	3	8	24	15	5	2	5	1
Quotidiens de l'après-midi	N: 4 884 (100%)	17	9	2	3	4	13	4	5	9	6	11	5	3	3	6

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 41

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES QUOTIDIENS DE MONTREAL, QUEBEC ET LA PROVINCE (EN DEHORS DE CES DEUX CENTRES) *

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Autres
L'ensemble	N: 7 885 (100%)	15	9	2	2	3	11	3	4	9	13	13	5	3	4	4
Quotidiens de Montréal	N: 3 145 (100%)	12	8	2	2	3	12	4	4	9	14	13	5	3	4	5
Quotidiens de Québec	N: 1 170 (100%)	26	12	3	1	1	6	2	5	10	11	11	3	3	3	3
Quotidiens de la province en dehors de Montréal et Québec)	N: 3 570 (100%)	21	7	3	5	3	10	4	6	3	9	11	4	1	6	7

* Données pondérées espace / tirage

Vie économique (12% vs 6% à Québec et 10% en province)
Sport professionnel (14% vs 11% à Québec et 9% en province)
Sport amateur (13% vs 11% à Québec et 11% en province).

Les quotidiens de Québec privilégient davantage les secteurs suivants:

Actualité (26% vs 21% en province et 12% à Montréal)
Nouvelles à caractère utilitaire (12% vs 8% à Montréal et 7% en province)
Vie culturelle (10% vs 9% à Montréal et 3% en province)

Les quotidiens de la province, en dehors des deux grands centres, accordent proportionnellement plus d'importance aux sujets suivants:

Vie urbaine ou municipale (5% vs 2% à Montréal et 1% à Québec)
Faits divers (6% vs 4% à Montréal et 3% à Québec)

Dans les hebdomadaires

Dans le tableau 42, on verra que les hebdomadaires nationaux consacrent proportionnellement plus d'espace aux sujets ou secteurs d'intérêt suivants:

Vie culturelle (29% vs 7% dans les hebdos régionaux)
Sport professionnel (7% vs 3%)
Faits divers (8% vs 3%)
Potins, affaires sexuelles, affaires du coeur (10% vs 1%)

Les hebdomadaires régionaux consacrent plus d'espace aux sujets suivants:

Nouvelles à caractère utilitaire (11% vs 7%)
Vie urbaine ou municipale (9% vs 1%)
Vie économique (8% vs 3%)
Vie sociale et communautaire (95% vs 3%)
Education, Sciences, Santé, Justice (7% vs 4%)
Sport amateur (14% vs 5%)
Récréation, vacances (7% vs 2%)

Comparons maintenant, dans le tableau 43, les quotidiens du dimanche et les hebdomadaires ludiques. Les hebdomadaires "quotidiens du dimanche" accordent plus d'espace aux sujets suivants:

Sport professionnel (21% vs 1%)
Sport amateur (13% vs 1%)
Récréation, vacances (4% vs 1%)

Les hebdomadaires ludiques pour leur part favorisent plus particulièrement:

Les nouvelles à caractère utilitaire (12% vs 5%)
Vie culturelle (23% vs 12%)
Mots croisés, bandes desinées, etc. (11% vs 4%)
Faits divers (12% vs 9%)
Potins, affaires sexuelles, affaires du coeur (21% vs 1%).

Parmi les hebdomadaires régionaux, les hebdos A-1 (tableau 44) accordent proportionnellement plus d'espace à:

Vie économique (11% vs 6%)
Vie culturelle (8% vs 5%)
Sport professionnel (5% vs moins de 0,5%)
Sport amateur (15% vs 12%)
Mots croisés, etc. (8% vs 3%)

Les autres hebdomadaires régionaux favorisent davantage:

Vie urbaine ou municipale (14% vs 4%)
Vie sociale et communautaire (13% vs 7%)

Les hebdomadaires régionaux vendus (tableau 45) accordent plus d'espace à:

Vie économique (10% vs 5%)
Vie culturelle (8% vs 5%)
Sport professionnel (4% vs moins de 0,5%)
Sport amateur (15% vs 10%)
Mots croisés, etc. (7% vs 3%)

TABLEAU 42

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX ET REGIONAUX

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communitaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins Affaires sexuelles Affaires du coeur	Autres
L'ensemble	N: 18 430 (100%)	1	8	2	3	2	4	4	5	23	6	7	7	3	7	8	10
Hebdomadaires nationaux	N: 6 250 (100%)	1	7	1	1	1	3	3	4	29	7	5	7	2	8	10	11
Hebdomadaires régionaux	N: 12 180 (100%)	1	11	3	9	2	8	9	7	7	3	14	6	7	3	1	9

* Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 43

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX DE TYPE "QUOTIDIEN DU DIMANCHE", LUDIQUE OU AUTRE **

	L'ensemble	Actualité	Nilles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins Affaires sexuelles Affaires du coeur	Autres
L'ensemble	N: 6 250 (100%)	1	7	1	1	1	3	3	4	29	7	5	7	2	8	10	11
"Quotidiens du dimanche"	N: 1 346 (100%)	4	5	2	1	3	3	1	4	12	21	13	4	4	9	1	13
Hebdomadaires ludiques	N: 4 331 (100%)	—	12	1	*	1	1	3	4	23	1	1	11	1	12	21	8
Autres	N: 573 (100%)	—	1	*	1	*	7	4	4	67	1	2	5	1	1	—	6

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 44

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX A-1 ET LES AUTRES **

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins Affaires sexuelles Affaires du coeur	Autres
L'ensemble	N: 12 180 (100%)	1	11	3	9	2	8	9	7	7	3	14	6	7	3	1	9
Hebdomadaires A-1	N: 5 766 (100%)	1	10	3	4	2	11	7	8	8	5	15	8	6	3	2	7
Autres hebdomadaires (non A-1)	N: 6414 (100%)	1	12	3	14	2	6	13	7	5	*	12	3	8	4	*	10

* Moins 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU 45

REPARTITION DE L'INFORMATION NON COMMANDITEE SELON LES DIFFERENTS SUJETS TRAITES DANS LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET DISTRIBUES GRATUITEMENT **

	L'ensemble	Actualité	Nlles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins Affaires sexuelles Affaires du coeur	Autres
L'ensemble	N: 12 180 (100%)	1	11	3	9	2	8	9	7	7	3	14	6	7	3	1	9
Hebdomadaires régionaux vendus	N: 9 614 (100%)	1	9	3	6	2	10	8	8	8	4	15	7	6	3	2	8
Hebdomadaires régionaux gratuits	N: 2 566 (100%)	1	14	4	15	2	5	12	7	5	*	10	3	9	5	*	8

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

Tandis que les hebdomadaires régionaux gratuits favorisent davantage les sujets suivants:

Nouvelles à caractère utilitaire (14% vs 9%),
Vie urbaine ou municipale (15% vs 6%),
Vie sociale et communautaire (12% vs 8%),
Récréation, vacances (9% vs 6%)

le "profil fonctionnel" de chacun de ces divers types de journaux semble déjà s'esquisser à travers ces quelques données descriptives.

CHAPITRE III: L'évolution du tirage des quotidiens et des hebdomadaires

ANALYSE DU TIRAGE DES QUOTIDIENS

La distribution procentuelle

Le tableau 46 nous apporte des données intéressantes sur la distribution procentuelle, c'est-à-dire la proportion du tirage total occupé par chacun des quotidiens du Québec pendant la période 1960-1976.(1)

En 1960, La Presse est fortement en tête avec 26% du tirage total des quotidiens au Québec; le Montreal Star (18%) vient au deuxième rang, suivi par Le Soleil (13%), la Gazette (12%) le Montréal-Matin (9%) et l'Action (5%).

En 1965, les deux même quotidiens, soit La Presse et le Montreal Star, dominent toujours le tirage, cette fois avec respectivement 19% et 17% du tirage total; Le Soleil (13%) conserve le troisième rang, suivi par le Montréal-Matin (12%) et la Gazette (11%). Deux faits nous paraissent marquants au cours de cette période: la montée du Montréal-Matin (de 9% en 1960 à 12% du tirage total en 1965) et l'apparition en 1964 du Journal de Montréal (4% du tirage total).

En 1970, La Presse est toujours au premier rang (19%), suivie par le Star (17%), Le Soleil (14%), le Montréal-Matin (13%), la Gazette (12%) et le Journal de Montréal (6%).

En 1972, il semble que l'on atteint un point tournant. Le Montreal Star prend brièvement la tête du tirage (17%) suivi par La Presse (16%), alors que Le Soleil et le Montréal-Matin partagent le troisième rang (13%), suivis par le Journal de Montréal qui rejoint la Gazette au quatrième rang (11% du tirage total).

En 1976, La Presse tient la tête avec 16% du tirage total (alors qu'elle en avait 26% en 1960); le Montreal Star est au deuxième rang, bien qu'il soit passé de 18% en 1960 à 15% en 1976; au troisième rang (14%), on trouve le Journal de Montréal, suivi par Le Soleil (12%) le Montréal-Matin (11%) et la Gazette (10%).

(1) Toutes les données brutes de ce chapitre proviennent des déclarations ABC de l'éditeur et portent en fait sur les années 1959 aux années 1975. En effet, les données reproduites dans le numéro d'octobre de CARD indiquent toujours un an de retard.

Au cours de cette période de seize ans, certains quotidiens (Métro-Express, Le Jour) font une brève apparition, d'autres ont disparu; le Chronicle Telegraph de Québec devient hebdomadaire en 1972, l'Action cesse de paraître en 1973.

Signalons l'apparition, en 1967, du Journal de Québec, qui atteint en 1976 4% du tirage total des quotidiens.

Les autres quotidiens du Québec (Le Devoir, le Record, La Tribune, Le Nouvelliste, La Voix de l'Est, Le Droit) semblent conserver au cours de cette période une proportion à peu près constante du tirage.

Le tableau 47 nous donne la distribution procentuelle du tirage pour les quotidiens de la région de Montréal au cours de la même période. On remarque en 1961 la brève et circonstancielle apparition du Nouveau-Journal.

Parmi les quotidiens de Montréal, La Presse compte en 1960 pour 38% du tirage total; cette proportion passe à 23% en 1976, bien que ce quotidien garde encore le plus fort tirage.

Le Montréal-Matin, qui passe de 13% en 1960 à 18% en 1969, conserve pendant quatre ans cette proportion du tirage, pour ensuite en perdre un peu (15% en 1976), peut-être au profit du Journal de Montréal dont l'ascension est très rapide (de 6% en 1964 à 21% en 1976).

Le Devoir garde une proportion assez stable du tirage au cours de cette période. Par contre, en ce qui concerne les quotidiens anglophones, on remarque que la Gazette passe de 17% en 1960 à 15% en 1976, alors que le Montreal Star, qui avait, en 1960, 27% du tirage total des quotidiens montréalais, n'en a plus que 22% en 1976.

Dans la région de Sherbrooke (tableau 48), deux quotidiens se partagent le tirage: The Record (anglophone) et La Tribune (francophone). Au cours de la période 1960-1976, 80 à 87% du tirage total revient à La Tribune, avec des fluctuations que l'on percevra mieux au moment de l'analyse du tirage proprement dit.

TABLEAU 46

DISTRIBUTION PROCENTUELLE (TIRAGE TOTAL) DE TOUS LES QUOTIDIENS DU QUEBEC POUR LA PERIODE 1960-1976

	Tirage total (100%)	Le Quotidien (Chicoutimi)	Le Devoir	La Gazette	Journal de Montréal	Métro-Express	Montréal-Matin	La Presse	Le Star	Le Jour	L'Action (A Propos)	Chronicle	Journal de Québec	Le Soleil L'Evenement	Le Record	La Tribune	Le Nouvelliste	La Voix de l'Est	Le Droit
1960	1 020 349	—	3	12	—	—	9	26	18	—	5	1	—	13	1	3	3	1	3
1961	1 071 354	—	4	12	—	—	10	26	18	—	5	1	—	13	1	4	3	1	3
1962	1 074 351	—	4	12	—	—	10	24	18	—	5	1	—	14	1	1	4	1	3
1963	1 105 602	—	4	12	—	—	11	23	18	—	4	1	—	15	1	4	4	1	3
1964	1 208 055	—	3	11	4	3	11	21	16	—	4	·	—	14	1	4	3	1	3
1965	1 170 726	—	4	11	4	4	12	19	17	—	3	·	—	13	1	4	4	1	3
1966	1 073 929	—	4	13	2	2	11	19	18	—	3	·	—	15	1	3	4	1	4
1967	1 107 290	—	4	12	4	—	11	19	18	—	3	·	1	15	1	3	4	1	4
1968	1 102 855	—	4	12	4	—	12	20	18	—	3	·	•	15	1	3	4	1	4
1969	1 121 782	—	4	12	4	—	12	20	17	—	3	·	•	14	1	3	4	1	3
1970	1 137 763	—	3	12	6	—	13	19	17	—	2	·	1	14	1	4	4	1	3
1971	1 203 830	—	3	11	8	—	13	19	16	—	2	·	1	13	1	3	4	1	3
1972	1 195 163	—	4	11	11	—	13	16	17	—	2	—	1	13	1	3	4	1	4
1973	1 178 225	•	3	12	11	—	11	16	16	—	2	—	2	14	1	4	4	1	4
1974	1 196 049	2	3	11	12	—	10	17	16	3	—	—	2	11	1	3	4	1	4
1975	1 155 065	2	3	10	13	—	11	17	15	2	—	—	3	12	1	3	4	1	4
1976	1 144 756	2	3	10	14	—	11	16	15	—	—	—	4	12	1	3	4	1	4

Source: les données sont basées sur les données ABC que l'on retrouve dans les numéros appropriés de CARD (ainsi en est-il pour tous les tableaux du présent chapitre).

· Moins de 0,5%

• Données non disponibles

TABLEAU 47

DISTRIBUTION PROCENTUELLE (TIRAGE TOTAL) DES QUOTIDIENS DE LA REGION DE MONTREAL POUR LA PERIODE 1960-1976

	Tirage total (100%)	Le Devoir	La Gazette	Journal de Montréal	Montreal Express	Montréal-Matin	La Presse	Le Star	Le Jour	Le Nouveau Journal
1960	693 626	5	17	—	—	13	38	27	—	—
1961	741 720	5	17	—	—	14	38	26	—	*
1962	731 426	5	18	—	—	15	36	27	—	—
1963	746 860	5	18	—	—	16	34	27	—	—
1964	843 181	5	16	6	5	15	30	23	—	—
1965	829 504	6	16	5	5	17	27	24	—	—
1966	733 566	6	19	2	3	15	28	26	—	—
1967	755 081	5	18	6	—	17	28	26	—	—
1968	762 878	5	18	6	—	17	28	26	—	—
1969	779 249	5	17	6	—	18	29	25	—	—
1970	794 819	5	17	9	—	18	27	24	—	—
1971	849 919	5	16	11	—	18	27	23	—	—
1972	850 410	5	16	16	—	18	22	23	—	—
1973	817 475	5	17	16	—	16	22	23	—	—
1974	863 389	5	15	17	—	15	23	22	4	—
1975	814 180	4	15	18	—	15	24	22	3	—
1976	785 724	4	15	21	—	15	23	22	—	—

* Moins de 0,5%

TABLEAU 48

DISTRIBUTION PROCENTUELLE (TIRAGE TOTAL) DES QUOTIDIENS DE LA REGION DE SHERBROOKE POUR LA PERIODE 1960-1976

	Tirage total (100%)	The Record	La Tribune
1960	43 460	20	80
1961	47 655	19	81
1962	51 175	18	82
1963	53 778	17	83
1964	55 245	17	83
1965	54 398	16	84
1966	45 526	20	80
1967	46 275	20	80
1968	46 613	19	81
1969	47 471	18	82
1970	47 765	16	84
1971	49 164	15	85
1972	45 986	13	87
1973	49 772	13	87
1974	47 393	13	87
1975	45 210	14	86
1976	44 389	15	85

Le tableau 49 nous donne la distribution procentuelle du tirage pour les quotidiens de la région de Québec. On remarque mieux ici la montée du Journal de Québec, qui de 4% du tirage total en 1967 passe en 1976 à 24% du tirage total.

Le tirage

Le tableau 50 nous donne, pour la période 1960-1965, le tirage total des divers quotidiens du Québec ainsi que le pourcentage d'augmentation ou de diminution de leur tirage au cours de cette période.

La plupart des quotidiens de Montréal augmentent leur tirage au cours de cette période. le Montréal-Matin augmente son tirage de 55%, Le Devoir de 50%, la Gazette de 11% et le Star de 8%, alors que La Presse subit pour sa part une diminution de tirage de 15%.

A Québec, Le Soleil est le seul quotidien dont le tirage augmente (9%) au cours de cette période; l'Action subit une baisse de tirage de 30% et le Chronicle Telegraph de 4%.

Outre la disparition, en 1960, du quotidien Le Progrès de Chicoutimi, on remarque chez tous les autres quotidiens de la province une hausse de tirage qui va de 1% (The Record) à 31% (La Tribune).

Au cours de la période 1965-1970 (tableau 51), on remarque, parmi les quotidiens de Montréal, la disparition de Métro-Express, en 1966. La Presse, la Gazette et le Montréal-Matin conservent un tirage relativement stable; le tirage du Devoir baisse de 22%, celui du Star de 5%, alors que celui du Journal de Montréal augmente de 68%.

A Québec, l'Action et le Chronicle Telegraph subissent respectivement une baisse de tirage de 28% et de 24%, alors que le tirage du Soleil augmente de 4% et que le Journal de Québec connait ses débuts en 1967.

A Sherbrooke, The Record voit son tirage baisser de 14% et La Tribune de 12%.

Le tirage du Nouvelliste de Trois-Rivières augmente de 7%, celui du Droit et de la Voix de l'Est reste à peu près stable.

La période 1970-1976 (tableau 52) voit une baisse de tirage de l'ordre de 10 à 23% pour tous les quotidiens de Montréal sauf le Journal de Montréal, qui, avec une hausse de 135%, fait plus que doubler son tirage en six ans.

A Québec, l'Action et le Chronicle Telegraph disparaissent; Le Soleil subit une baisse de tirage de 10% et le Journal de Québec, dont le tirage passe de 11 796 à 45 395, accuse un pourcentage d'augmentation de 285%.

A Sherbrooke, le tirage de La Tribune baisse de 6% et celui de The Record de 14%.

La Voix de l'Est baisse de 13%, alors que Le Nouvelliste augmente son tirage de 10% et Le Droit de 20%.

Cette période voit également en 1974 l'apparition du Quotidien de Chicoutimi dont le tirage quotidien en 1976 est de 22 507.

L'évolution du tirage dans les quotidiens francophones et anglophones

Les talbeaux 53, 54 et 55 nous donnent le tirage (absolu et relatif) et l'augmentation du tirage des quotidiens anglophones et francophones au Québec pour la période 1960-1976.

Pendant la période 1960-1965 (tableau 53), le tirage des quotidiens francophones augmente de 18% et celui des quotidiens anglophones de 8%.

De 1965 à 1970 (tableau 54), quotidiens francophones et anglophones subissent une légère baisse de tirage (3%).

Enfin, de 1970 à 1976, alors que le tirage des quotidiens francophones augmente de 6%, celui des quotidiens anglophones baisse de 13%.

Alors qu'en 1960, les quotidiens francophones et anglophones avaient respectivement 69% et 31% du tirage total des quotidiens au Québec, en 1976, la proportion est passée à 74% pour les quotidiens francophones et 26% pour les quotidiens anglophones.

TABLEAU 49

DISTRIBUTION PROCENTUELLE (TIRAGE TOTAL) DES QUOTIDIENS DE LA REGION DE QUEBEC POUR LA PERIODE 1960-1976

	Tirage total (100%)	L'Action A Propos	The Chronicle	Journal de Québec	Le Soleil L'Evénement
1960	199 013	28	3	—	69
1961	199 708	26	3	—	71
1962	207 693	23	3	—	74
1963	215 812	22	3	—	75
1964	219 383	20	3	—	77
1965	194 445	20	3	—	77
1966	198 504	18	3	—	79
1967	208 297	16	2	4	78
1968	198 926	16	3	—	81
1969	197 341	16	2	—	82
1970	199 663	14	2	6	78
1971	204 174	12	2	8	78
1972	196 036	11	—	8	81
1973	206 579	9	—	9	82
1974	159 584	—	—	16	84
1975	170 899	—	—	20	80
1976	185 792	—	—	24	76

TABLEAU 50

TIRAGE TOTAL DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1960-1965

	1960	1961	1962	1963	1964	1965	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Le Devoir	32 103	38 133	38 111	41 055	40 325	48 284	16 181	50%
The Gazette	121 015	124 686	128 259	134 036	136 821	133 674	12 659	11%
Journal de Montréal	—	—	—	—	46 484	41 193	41 193	•
Métro Express	—	—	—	—	41 190	41 190	41 190	•
Montréal Matin	92 193	105 317	110 889	119 430	128 799	143 596	50 683	55%
La Presse	261 453	280 535	259 507	253 098	253 607	221 389	-40 064	-15%
The Star	186 142	193 049	194 460	199 241	195 955	200 178	14 036	8%
Total Montréal	693 626	741 720	731 426	746 860	843 181	829 504	135 878	20%
L'Action (A Propos)	55 917	51 331	49 131	47 396	45 243	38 370	-16 947	-30%
Chronicle	5 597	5 806	5 821	5 789	5 701	5 376	-221	-4%
Le Soleil (L'Evénement)	137 499	142 571	152 741	162 627	168 439	150 099	12 600	9%
Total Québec	199 013	199 708	207 693	215 812	219 383	194 445	-4 568	-2%

• Période incomplète

TABLEAU 50 (suite)

TIRAGE TOTAL DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1960-1965

	1960	1961	1962	1963	1964	1965	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
The Record	8 842	9 034	9 147	9 106	9 140	8 910	68	1%
La Tribune	34 618	38 621	42 028	44 672	46 105	45 488	10 870	31%
Total Sherbrooke	43 460	47 655	51 175	53 778	55 245	54 398	10 938	25%
Le Nouvelliste (Trois-Rivières)	34 208	35 556	37 663	40 993	42 140	43 980	9 772	29%
La Voix de l'Est (Granby)	10 745	11 223	11 854	11 922	9 502	11 159	14	4%
Le Droit (Hull-Ottawa)	34 529	35 492	34 540	36 237	38 604	37 240	2 711	8%
Le Progrès (Chicoutimi)	4 768	—	—	—	—	—	-4 768	•

• Période incomplète

TABLEAU 51

TIRAGE TOTAL (1) DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1965-1970

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Le Devoir	48 284	43 080	39 507	41 652	39 916	37 518	-10 766	-22%
The Gazette	133 674	136 116	137 953	136 487	134 934	135 229	1 555	1%
Journal de Montréal	41 193	18 191	43 189	43 896	48 345	69 153	27 960	68%
Métro Express	41 190	24 333	—	—	—	—	-41 190	•
Montréal-Matin	143 596	113 245	126 786	127 774	138 174	143 498	-98	(stable)
La Presse	221 389	206 810	212 707	217 222	222 184	218 192	-3197	-1%
The Star	200 178	191 791	194 939	195 847	195 696	191 229	-8949	-5%
Total Montréal	829 504	733 566	755 081	762 878	779 249	794 819	34 685	4%
L'Action (A Propos)	38 970	36 487	33 985	32 320	30 702	27 903	-11 067	-28%
Chronicle	5 376	5 128	4 901	4 858	4 523	4 088	-1 288	-24%
Le Soleil (L'Evénement)	150 099	156 889	162 023	161 748	162 116	155 876	5 777	4%
Le Journal de Québec	—	—	7 398	•	•	11 796	11 796	•
Total Québec	194 445	198 504	208 297	198 926	197 341	199 663	5 218	3%

(1) Tirage quotidien d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

• Données non disponibles

· Période incomplète

TABLEAU 51 (suite)

TIRAGE TOTAL (1) DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION* POUR LA PERIODE 1965-1970

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
The Record	8 910	9 050	9 075	8 889	8 586	7 676	-1 234	-14%
La Tribune	45 488	36 476	37 200	37 724	38 885	40 089	-5 399	-12%
Total Sherbrooke	54 398	45 526	46 275	46 613	47 471	47 765	-6 633	-12%
Le Nouvelliste (Trois-Rivières)	43 980	45 008	46 047	44 766	46 926	46 929	2 949	7%
La Voix de l'Est (Granby)	11 159	11 977	10 834	10 592	11 775	11 089	-70	-1%
Le Droit (Hull-Ottawa)	37 240	39 348	40 756	39 080	39 020	37 498	258	1%

(1) Tirage quotidien d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

TABLEAU 52

TIRAGE TOTAL (1) DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1970-1976

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Le Devoir	37 518	41 473	42 732	39 249	41 311	30 627	28 922	-8 596	-23%
The Gazette	135 229	136 811	136 596	138 194	130 937	120 347	116 193	-19 036	-14%
Journal de Montréal	69 153	95 688	135 831	134 430	145 729	145 640	162 428	93 275	135%
Montréal Matin	143 498	153 373	151 685	131 543	125 560	121 603	121 403	-22 095	-15%
La Presse	218 192	227 272	185 620	183 710	200 590	195 632	184 155	-34 037	-16%
The Star	191 229	195 302	197 946	190 349	188 157	177 540	172 623	-18 606	-10%
Total Montréal	794 819	849 919	850 410	817 475	863 389	814 180	785 724	-9 095	-1%
L'Action (A Propos)	27 903	24 546	21 500	17 974	—	—	—	-27 903	•
Chronicle	4 088	3 797	—	—	—	—	—	-4 088	•
Le Soleil (L'Evénement)	155 876	159 985	158 674	170 207	134 173	136 434	140 397	-15 479	-10%
Le Journal de Québec	11 796	15 846	15 862	18 398	25 411	34 465	45 395	33 599	285%
Total Québec	199 663	204 174	196 036	206 579	159 584	170 899	185 792	-13 871	-7%

(1) Tirage quotidien d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

• Données non disponibles

* Période incomplète

TABLEAU 52 (suite)

TIRAGE TOTAL (1) DES QUOTIDIENS DU QUEBEC ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION, POUR LA PERIODE 1970-1976

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
The Record	7 676	7 240	6 191	6 347	6 327	6 352	6 637	-1 039	-14%
La Tribune	40 089	41 924	39 795	43 425	41 066	38 858	37 752	-2 337	-6%
Total Sherbrooke	47 765	49 164	45 986	49 772	47 393	45 210	44 389	-3 376	-7%
Le Nouvelliste (Trois-Rivières)	46 929	49 177	49 235	49 848	51 015	50 148	51 509	4 580	10%
La Voix de l'Est (Granby)	11 089	12 077	11 554	11 046	9 075	9 223	9 689	-1 400	-13%
Le Droit (Hull-Ottawa)	37 498	39 319	41 942	43 505	44 587	43 191	45 146	7 648	20%
Le Quotidien (Chicoutimi)	—	—	—	—	21 006	22 214	22 507	22 507	*

(1) Tirage quotidien d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

* Période incomplète

TABLEAU 53

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1960-1965

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens francophones		Quotidiens anglophones	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1960	1 020 349	100	698 753	69	321 596	31
1961	1 071 354	100	738 779	69	332 575	31
1962	1 074 351	100	736 664	69	337 687	31
1963	1 105 602	100	757 430	69	348 172	31
1964	1 208 055	100	860 438	71	347 617	29
1965	1 170 726	100	822 588	70	348 138	30
Augmentation absolue du tirage	150 377	(100)	123 835	(82)	26 542	(18)
Augmentation relative du tirage	15%		18%		8%	

TABLEAU 54

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1965-1970

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens francophones		Quotidiens anglophones	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1965	1 170 726	100	822 588	70	348 138	30
1966	1 073 929	100	731 844	68	342 085	32
1967	1 107 290	100	760 422	69	346 868	31
1968	1 102 855	100	756 774	69	346 081	31
1969	1 121 782	100	778 043	69	343 739	31
1970	1 137 763	100	799 541	70	338 222	30
Augmentation absolue du tirage	-32 963	(100)	-23 047	(70)	-9 916	(30)
Augmentation relative du tirage	-3%		-3%		-3%	

TABLEAU 55

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1970-1976*

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens francophones		Quotidiens anglophones	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1970	1 137 763	100	799 541	70	338 222	30
1971	1 203 830	100	860 680	72	343 150	28
1972	1 194 703	100	853 970	72	340 733	28
1973	1 178 225	100	843 335	72	334 890	28
1974	1 196 049	100	870 628	73	325 421	27
1975	1 155 065	100	850 826	74	304 239	26
1976	1 144 756	100	849 303	74	295 453	26
Augmentation absolue du tirage	6 993	100	49 762	712	-42 769	-612
Augmentation relative du tirage	1%		6%		-13%	—

* Données tirées du CARD d'octobre de chaque année

Les figures 1, 2 et 3 illustrent l'évolution du tirage des quotidiens francophones au Québec. On remarque, après une forte hausse jusqu'en 1964, une baisse jusqu'en 1966, puis une remontée qui s'amorce en 1968 et enfin, de 1971 à 1976, un tirage total relativement stable.

Le tirage des quotidiens anglophones (figure 4) suit au départ la même tendance à la hausse, avec moins d'amplitude toutefois; mais après une légère baisse en 1966 (figure 5) et une brève remontée en 1967, on assiste à une baise continue du tirage qui va en s'accentuant, surtout depuis 1974 (figure 6).

L'évolution du tirage dans les quotidiens du matin et de l'après-midi

Depuis 1960, les quotidiens du matin au Québec semblent gagner du terrain, lentement mais sûrement, sur les quotidiens de l'après-midi en termes de tirage.

De 1960 à 1965 (tableau 56), le tirage des quotidiens du matin augmente de 66% alors que celui des quotidiens de l'après-midi baisse de 2%.

De 1965 à 1970, les quotidiens du matin et de l'après-midi subissent une baisse de tirage de 3% (tableau 57).

De 1970 à 1976, le tirage des quotidiens du matin augmente de 19% alors que celui des quotidiens de l'après-midi baisse de 10% (tableau 58).

Cette tendance est encore plus évidente si l'on considère uniquement les quotidiens de Montréal (tableau 59). Dans cette ville, au cours de la période 1960-1976, le tirage des quotidiens du matin augmente de 74% et celui des quotidiens de l'après-midi baisse de 20%.

En 1960, à Montréal, 36% du tirage total appartient aux quotidiens du matin et 65% aux quotidiens de l'après-midi. En 1976, 55% du tirage appartient aux quotidiens du matin et 45% seulement aux quotidiens de l'après-midi.

Les figures 7, 8 et 9 illustrent l'évolution du tirage des quotidiens du matin, alors que les figures 10, 11 et 12 illustrent l'évolution du tirage des quotidiens de l'après-midi. On remarque particulièrement la période 1971-1976, au cours de laquelle le tirage des quotidiens du matin est assez stable à partir de 1972, alors que celui des quotidiens de l'après-midi baisse jusqu'en 1974 pour effectuer ensuite une faible remontée.

2) ANALYSE DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX

Il nous a paru intéressant de distinguer ici, comme dans l'analyse de contenu, les hebdomadaires nationaux "quotidiens du dimanche" des hebdomadaires ludiques. Tous les hebdomadaires dont nous considérons ici le tirage ont d'ailleurs été également analysés au niveau du contenu.

La période 1960-1965 (tableau 60) est pour ces hebdomadaires une période plutôt faste. Le Dimanche Matin, qui est alors le seul "quotidien du dimanche" de la région de Montréal, voit durant cette période son tirage s'accroître de 78%.

Parmi les hebdomadaires ludiques étudiés, La Patrie est le seul hebdomadaire à subir une baisse de tirage (3%). Les autres hebdomadaires connaissent les hausses de tirage suivantes:

Allo Police	37%
Photo Journal	29%
Nouvelles Illustrées	22%
Le Petit Journal	7%
Journal des Vedettes	6%

Le Nouveau Samedi et Télé-Radiomonde font leur apparition en 1963 et le journal Echos-Vedettes en 1964.

En 1965, cinq de ces journaux ont un tirage hebdomadaire de plus de cent mille exemplaires, et deux de ces derniers tirent à plus de 200,000 exemplaires. Ce sont, dans l'ordre:

Le Petit Journal	273 451
Le Dimanche Matin	213 478
La Patrie	191 401
Photo Journal	184 283
Allo Police	134 808

Figure 1

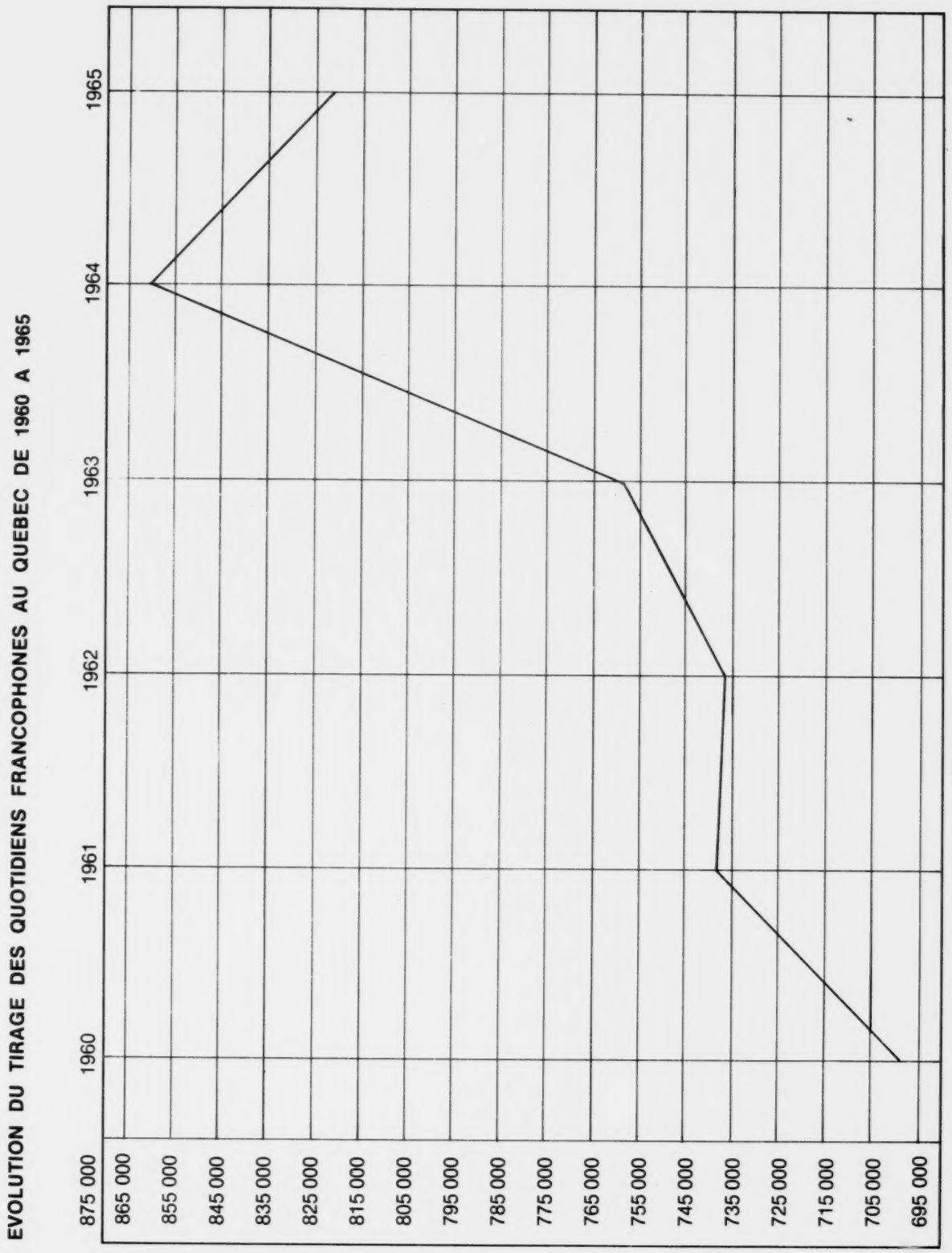

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS FRANCOPHONES AU QUEBEC DE 1960 A 1965
875 000
865 000
855 000
845 000
835 000
825 000
815 000
805 000
795 000
785 000
775 000
765 000
755 000
745 000
735 000
725 000
715 000
705 000
695 000
1960
1961
1962
1963
1964
1965

Figure 2

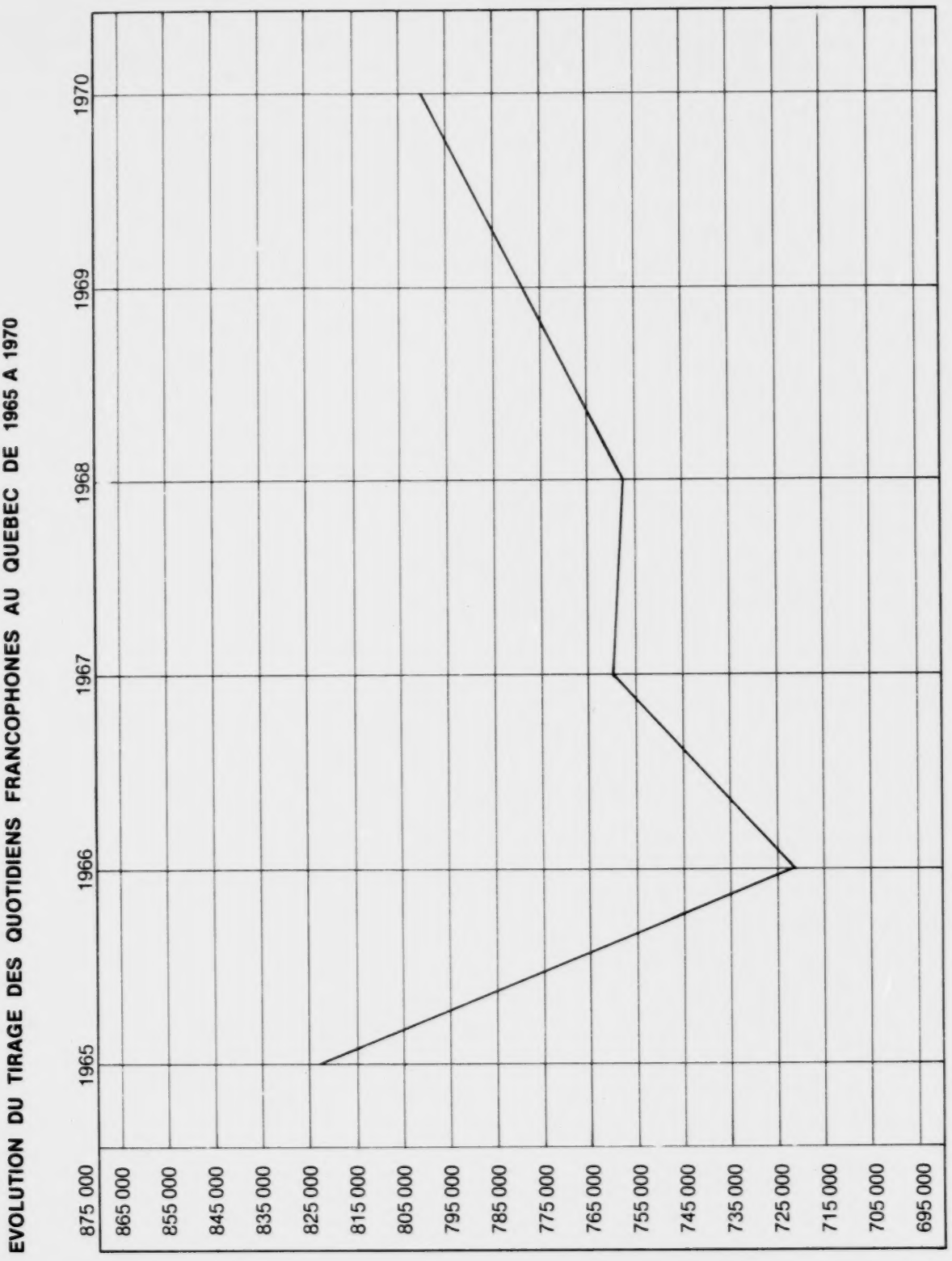

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS FRANCOPHONES AU QUEBEC DE 1965 A 1970
875 000
865 000
855 000
845 000
835 000
825 000
815 000
805 000
795 000
785 000
775 000
765 000
755 000
745 000
735 000
725 000
715 000
705 000
695 000
1965
1966
1967
1968
1969
1970

Figure 3

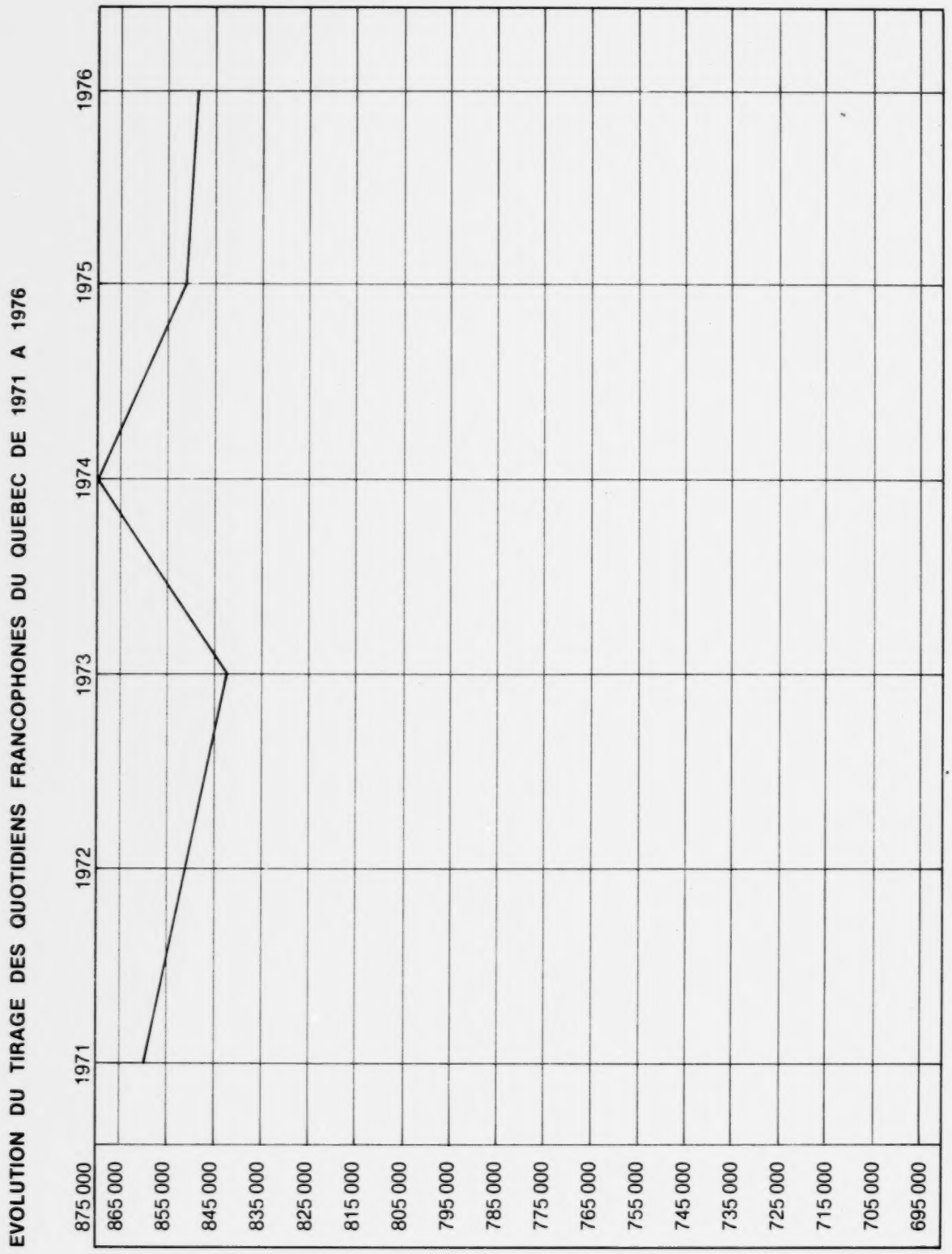

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS FRANCOPHONES DU QUEBEC DE 1971 A 1976
875 000
865 000
855 000
845 000
835 000
825 000
815 000
805 000
795 000
785 000
775 000
765 000
755 000
745 000
735 000
725 000
715 000
705 000
695 000
1971
1972
1973
1974
1975
1976

Figure 4

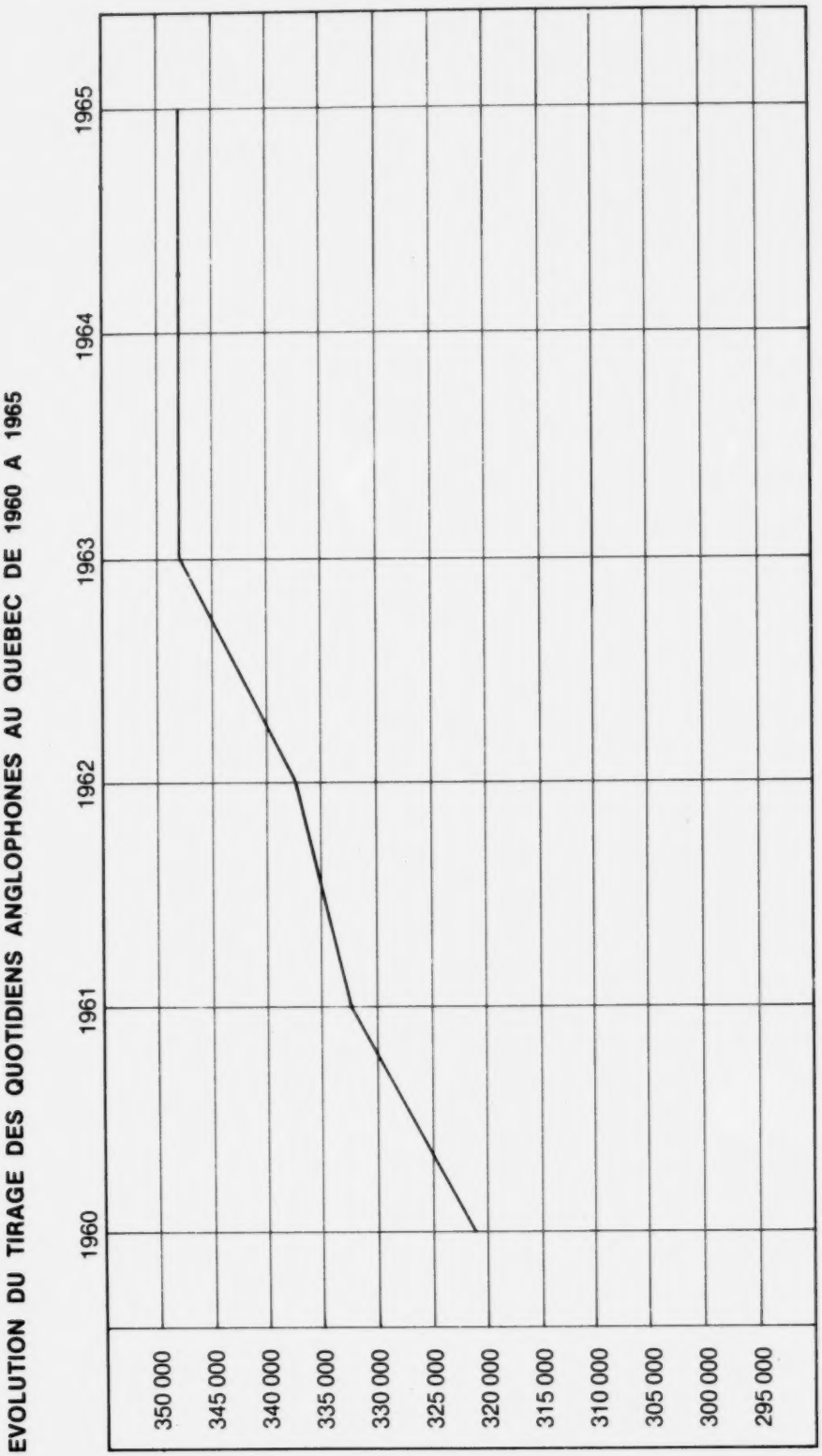

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES AU QUEBEC DE 1960 A 1965
1960
1961
1962
1963
1964
1965
350 000
345 000
340 000
335 000
330 000
325 000
320 000
315 000
310 000
305 000
300 000
295 000

Figure 5

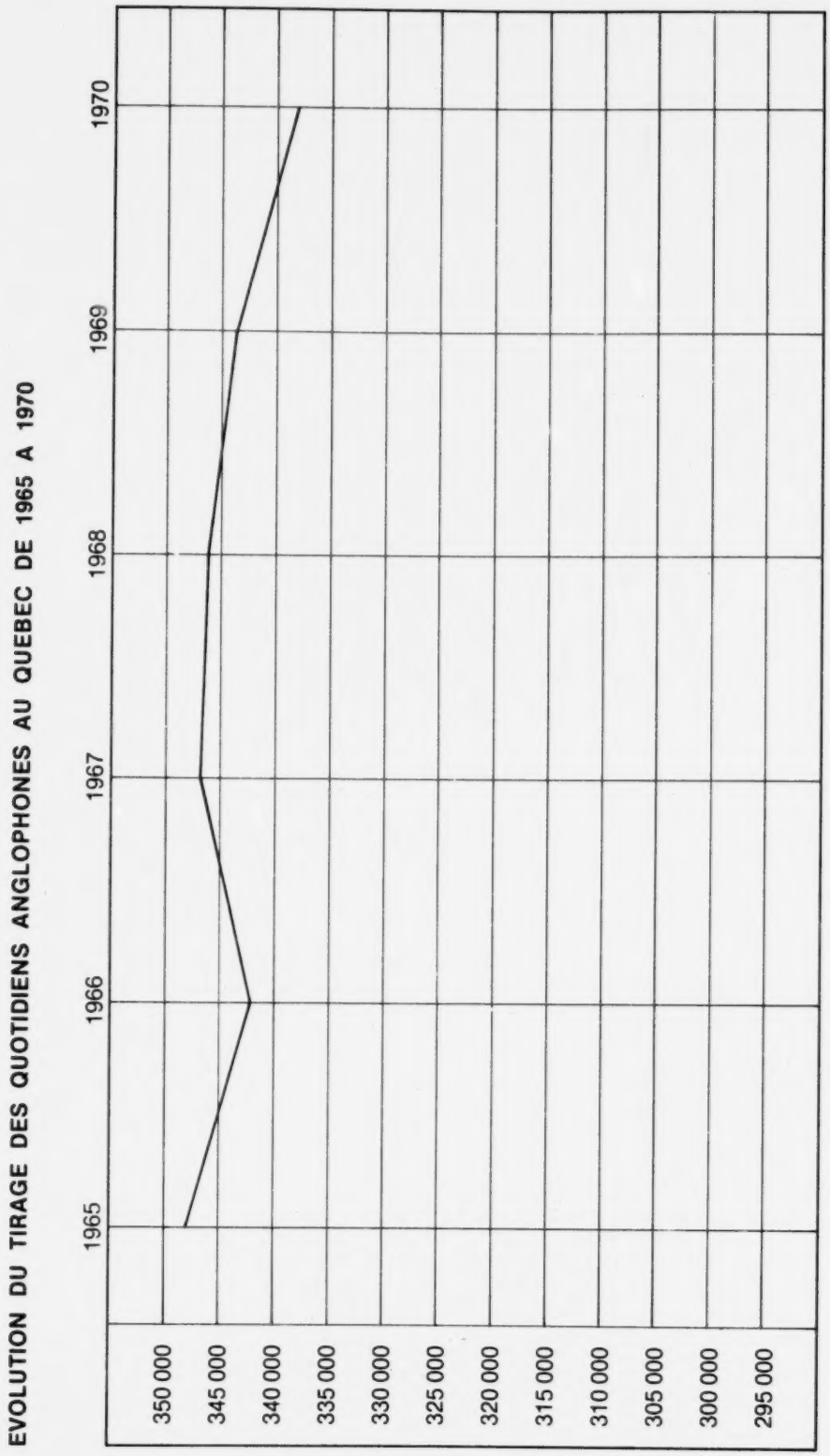

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES AU QUEBEC DE 1965 A 1970
350 000
345 000
340 000
335 000
330 000
325 000
320 000
315 000
310 000
305 000
300 000
295 000
1965
1966
1967
1968
1969
1970

Figure 6

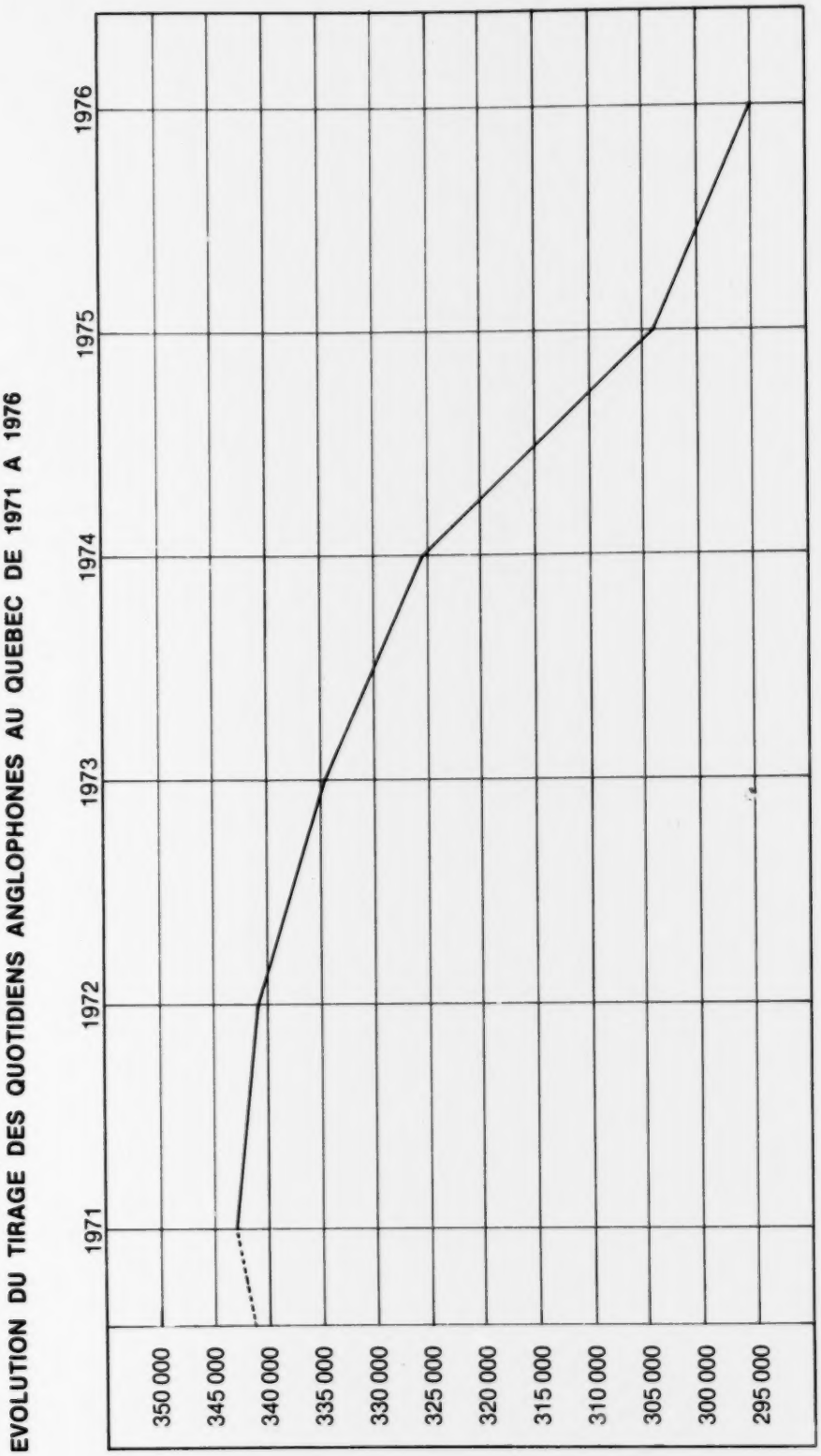

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES AU QUEBEC DE 1971 A 1976
350 000
345 000
340 000
335 000
330 000
325 000
320 000
315 000
310 000
305 000
300 000
295 000
1971
1972
1973
1974
1975
1976

TABLEAU 56

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI POUR LA PERIODE 1960-1965

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens du matin		Quotidiens de l'après-midi	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1960	1 020 349	100	246 031	24	774 318	76
1961	1 071 354	100	268 136	25	803 218	75
1962	1 074 351	100	277 259	26	797 092	74
1963	1 105 602	100	294 521	27	811 081	73
1964	1 208 055	100	393 619	33	814 436	67
1965	1 170 726	100	407 937	35	762 789	65
Augmentation absolue du tirage	150 377	(100)	161 906	108	-11 529	-8
Augmentation relative du tirage	15%		66%		-2%	

TABLEAU 57

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI POUR LA PERIODE 1965-1970

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens du matin		Quotidiens de l'après-midi	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1965	1 170 726	100	407 937	35	762 789	65
1966	1 073 929	100	334 965	31	738 964	69
1967	1 107 290	100	354 833	32	752 467	68
1968	1 102 855	100	357 207	32	753 046	68
1969	1 121 782	100	368 767	33	760 413	67
1970	1 137 763	100	397 194	35	740 569	65
Augmentation absolue du tirage	-32 963	(100)	-10 743	33	-22 220	67
Augmentation relative du tirage	-3%		-3%		-3%	

TABLEAU 58

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI POUR LA PERIODE 1970-1976

	L'ensemble des quotidiens		Quotidiens du matin		Quotidiens de l'après-midi	
	Tirage total	%	Tirage total	%	Tirage total	%
1970	1 137 763	100	397 194	35	740 569	65
1971	1 203 830	100	443 191	37	760 639	63
1972	1 194 703	100	482 706	40	712 457	60
1973	1 178 225	100	461 814	39	716 411	61
1974	1 196 049	100	468 948	39	651 409	61
1975	1 155 065	100	452 682	39	679 592	61
1976	1 144 756	100	474 341	41	670 415	59
Augmentation absolue du tirage	6 993	100	77 147	1 103	-70 154	-1 003
Augmentation relative du tirage	1%		19%		-10%	

TABLEAU 59

TIRAGE (ABSOLU ET RELATIF) ET AUGMENTATION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI DE LA REGION DE MONTREAL POUR LA PERIODE 1960-1976

	L'ensemble		quotidiens du matin		quotidiens de l'après-midi	
	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%
1960	693 626	100	246 031	36	447 595	65
1961	741 720	100	268 136	36	473 584	64
1962	731 426	100	277 259	38	454 167	62
1963	746 860	100	294 521	39	452 339	61
1964	843 181	100	393 619	47	449 562	53
1965	829 504	100	407 937	49	421 567	51
1966	733 566	100	334 965	46	398 601	54
1967	755 081	100	347 435	46	407 646	54
1968	762 878	100	349 809	46	413 069	54
1969	779 249	100	361 369	46	417 880	54
1970	794 819	100	385 398	49	409 421	52
1971	849 919	100	427 345	50	422 574	50
1972	850 410	100	466 844	55	383 566	45
1973	817 475	100	443 416	54	374 059	46
1974	863 389	100	443 537	51	388 747	49
1975	814 180	100	418 217	51	373 172	49
1976	785 724	100	428 946	55	356 778	45
Augmentation absolue du tirage	92 098	100	182 915	199	-90 817	-99
Pourcentage d'augmentation	13%		74%		-20%	

Figure 7

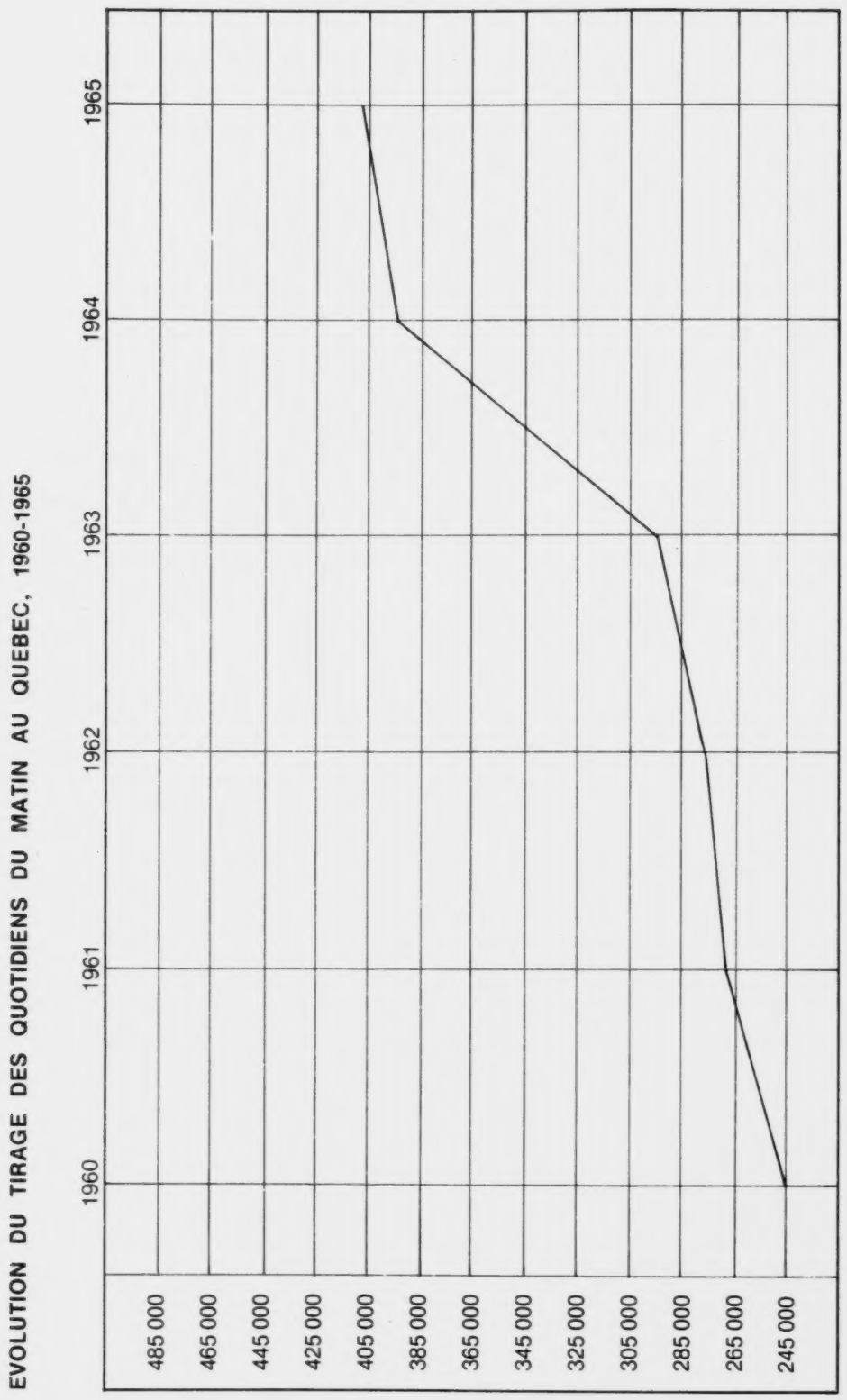

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN AU QUEBEC, 1960-1965
485 000
465 000
445 000
425 000
405 000
385 000
365 000
345 000
325 000
305 000
285 000
265 000
245 000
1960
1961
1962
1963
1964
1965

Figure 8

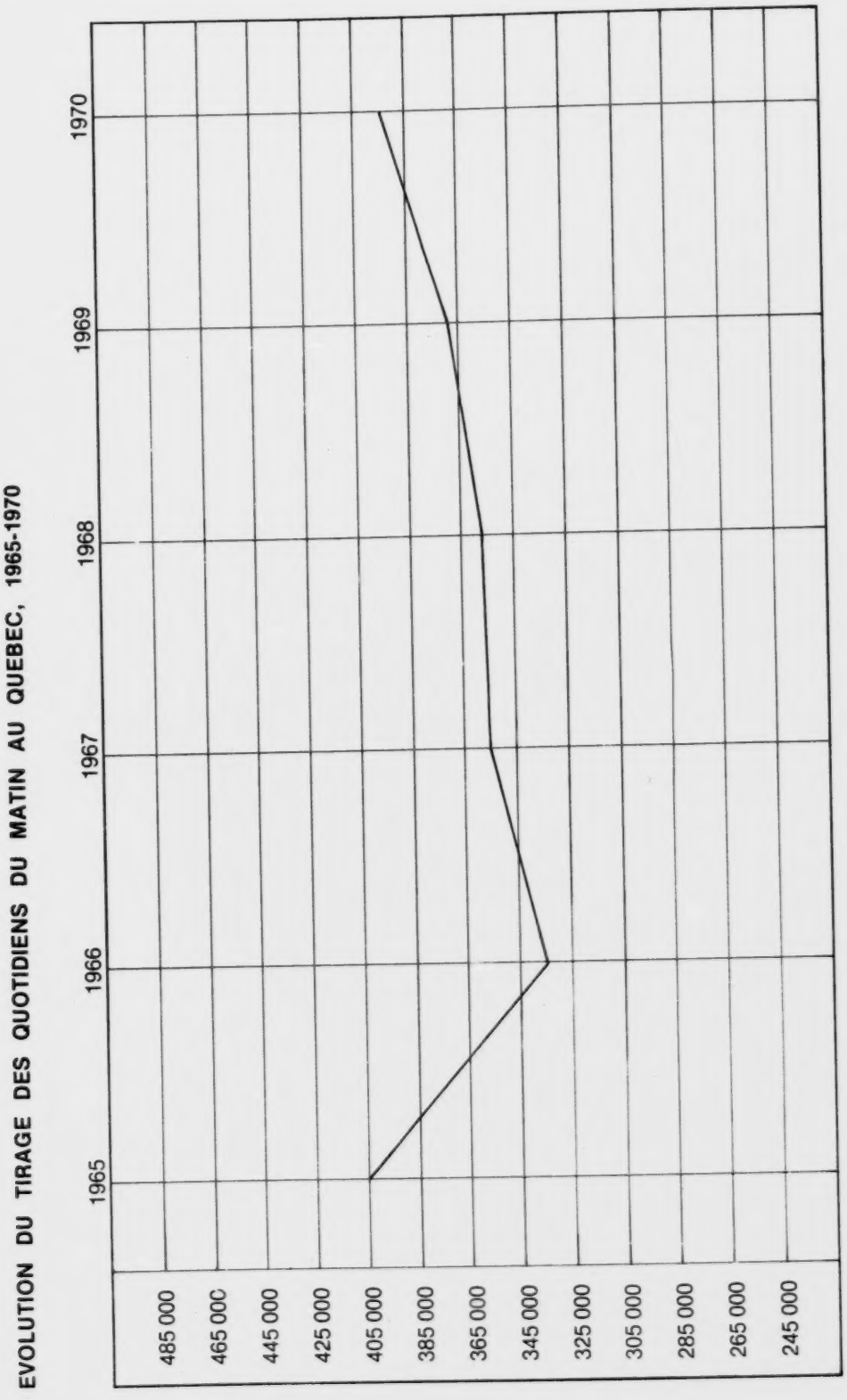

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN AU QUEBEC, 1965-1970
1965
1966
1967
1968
1969
1970
485 000
465 000
445 000
425 000
405 000
385 000
365 000
345 000
325 000
305 000
285 000
265 000
245 000

Figure 9

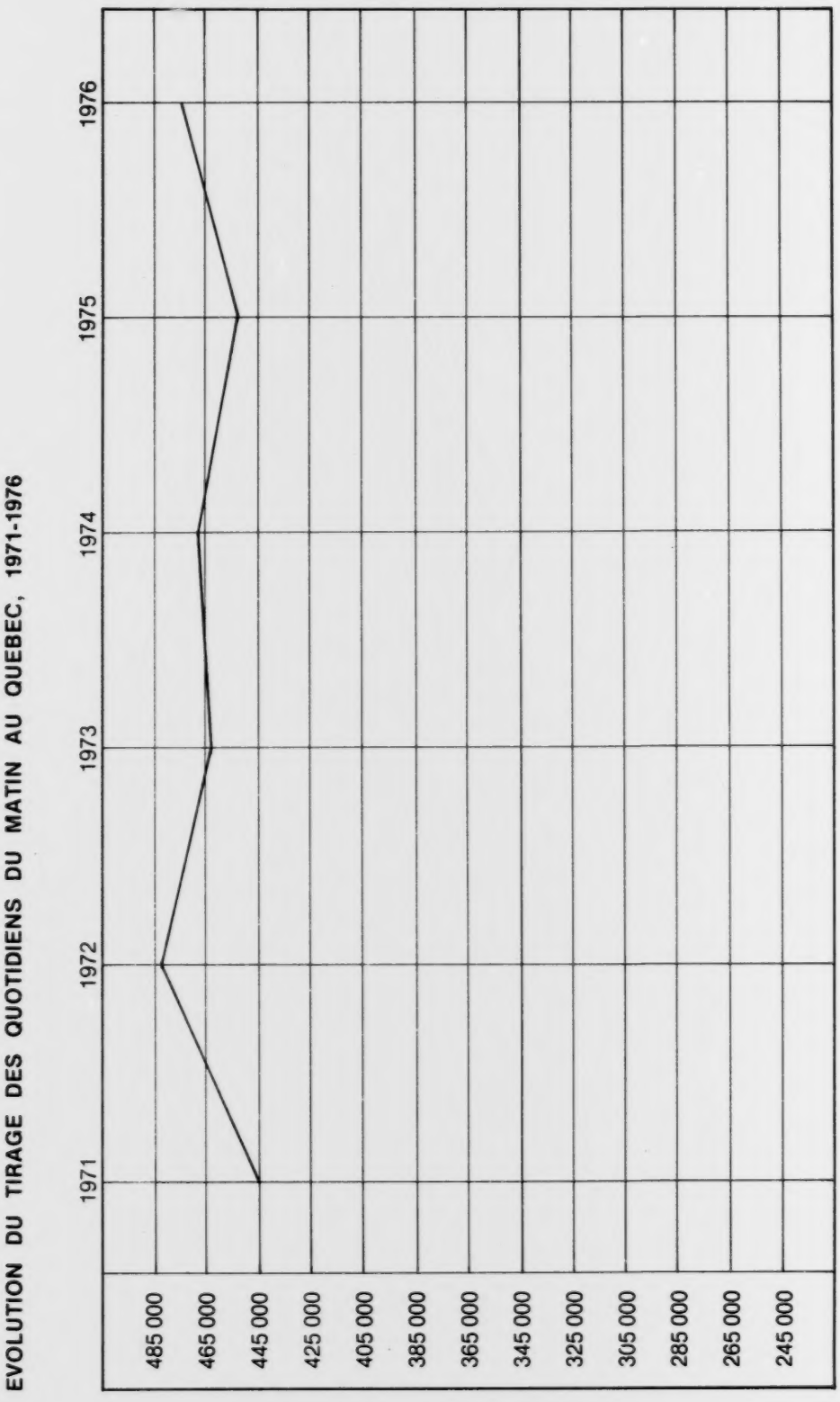

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU MATIN AU QUEBEC, 1971-1976
485 000
465 000
445 000
425 000
405 000
385 000
365 000
345 000
325 000
305 000
285 000
265 000
245 000
1971
1972
1973
1974
1975
1976

Figure 10

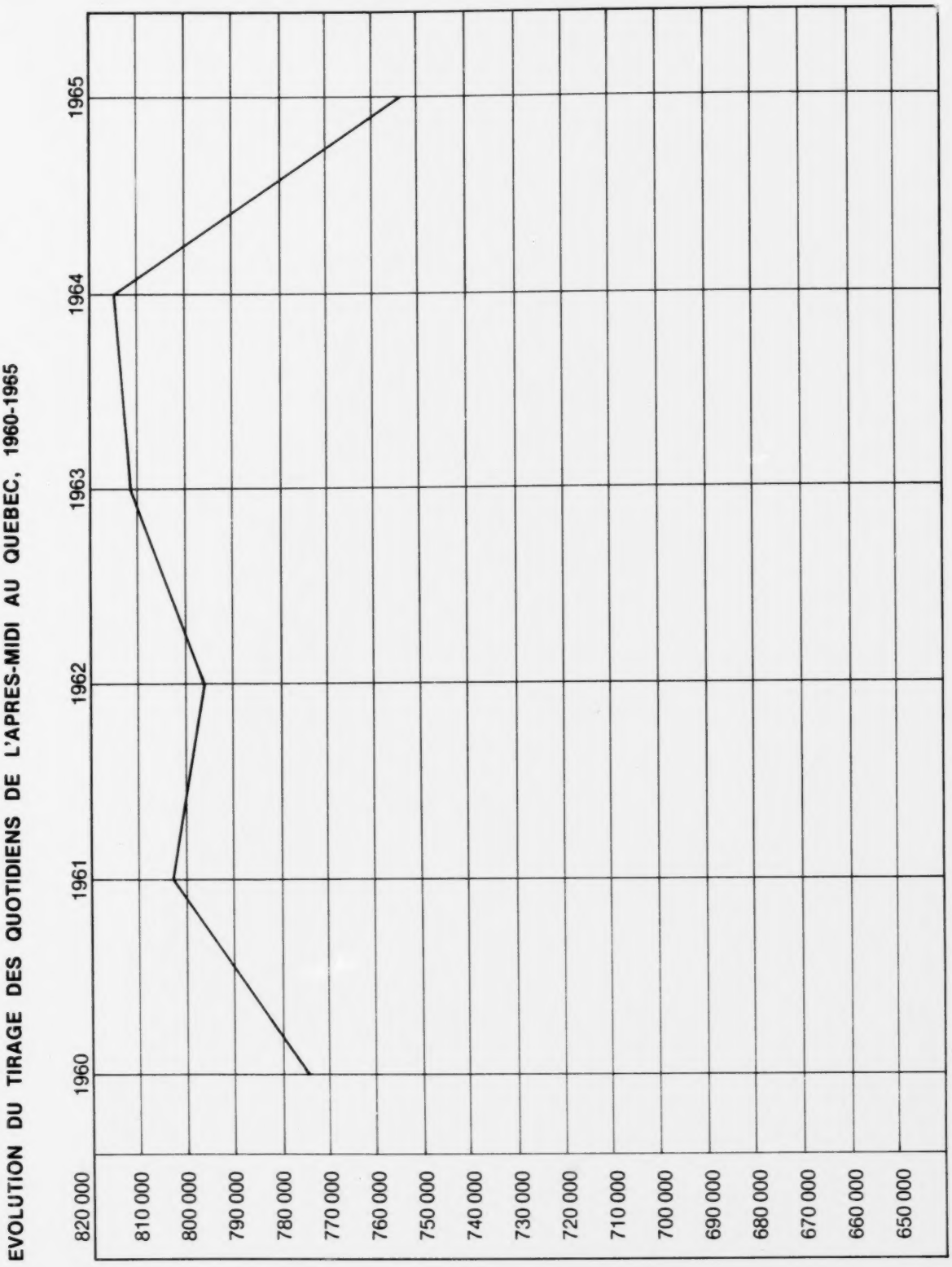

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DE L'APRES-MIDI AU QUEBEC, 1960-1965
820 000
810 000
800 000
790 000
780 000
770 000
760 000
750 000
740 000
730 000
720 000
710 000
700 000
690 000
680 000
670 000
660 000
650 000
1960
1961
1962
1963
1964
1965

Figure 11

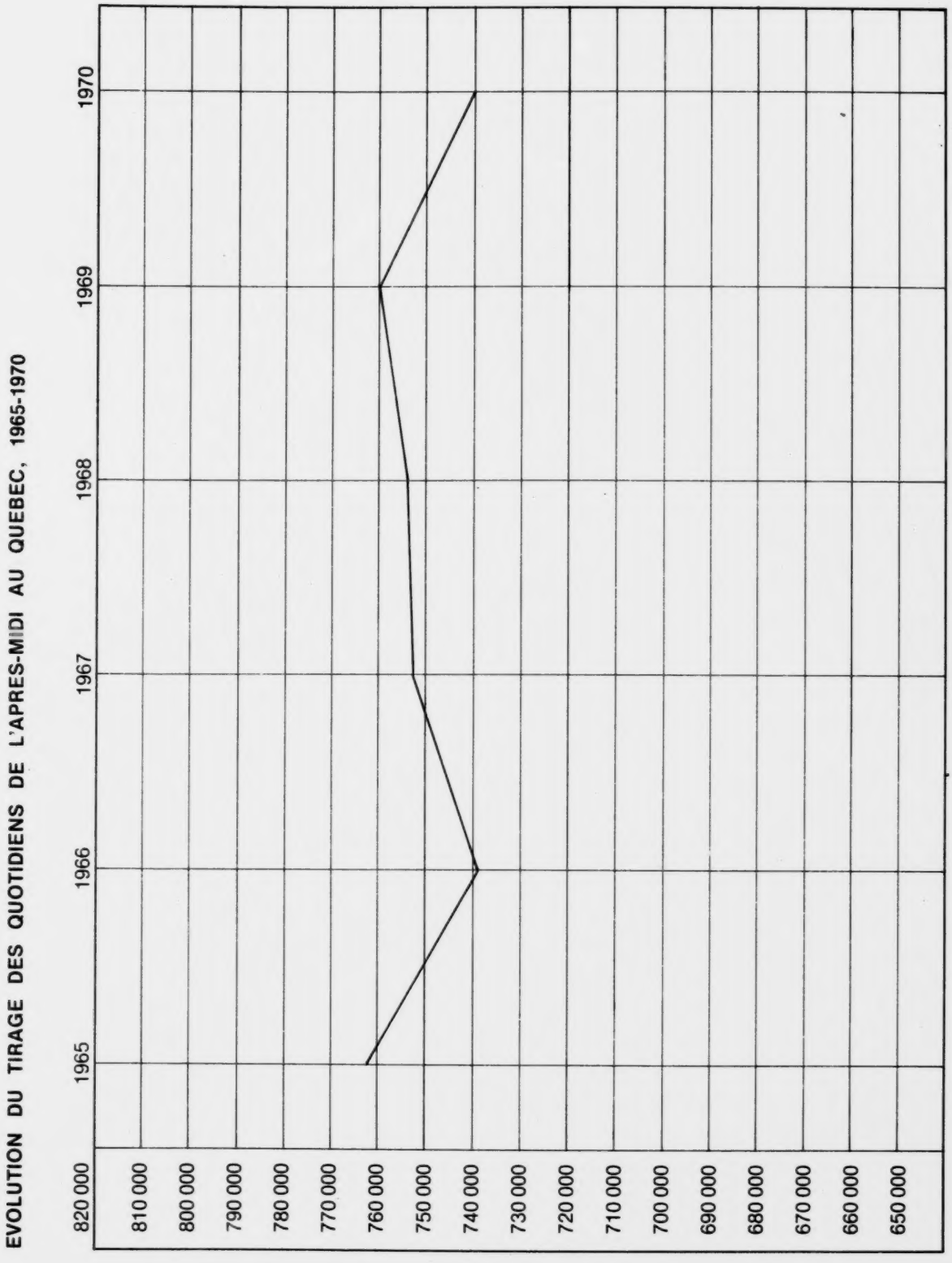

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DE L'APRES-MIDI AU QUEBEC, 1965-1970
820 000
810 000
800 000
790 000
780 000
770 000
760 000
750 000
740 000
730 000
720 000
710 000
700 000
690 000
680 000
670 000
660 000
650 000
1965
1966
1967
1968
1969
1970

Figure 12

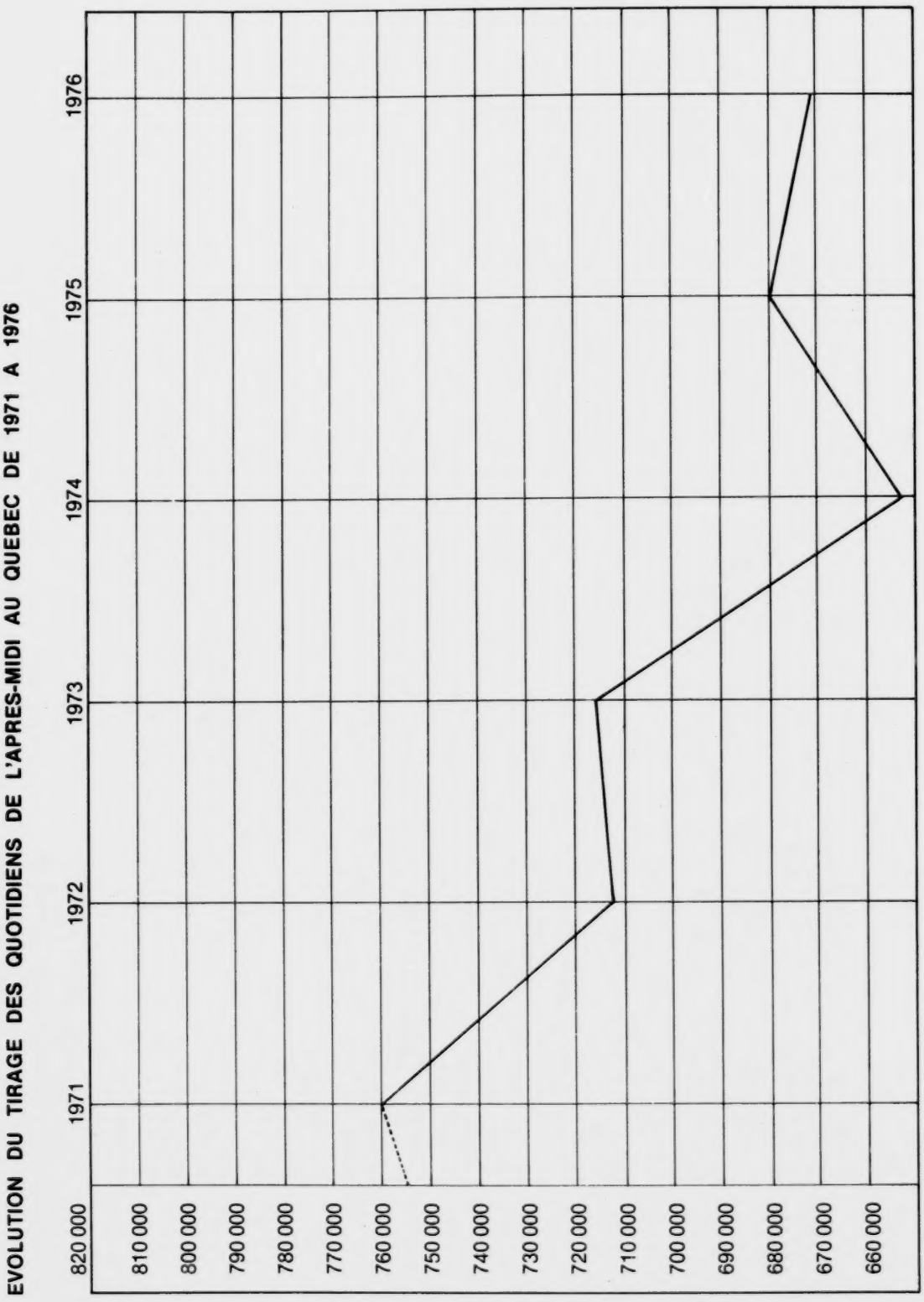

EVOLUTION DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DE L'APRES-MIDI AU QUEBEC DE 1971 A 1976
820 000
810 000
800 000
790 000
780 000
770 000
760 000
750 000
740 000
730 000
720 000
710 000
700 000
690 000
680 000
670 000
660 000
1971
1972
1973
1974
1975
1976

TABLEAU 60

TIRAGE TOTAL (1) DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE" ET LUDIQUES ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1960-1965

	1960	1961	1962	1963	1964	1965	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Dimanche Matin	119 982	145 740	161 062	176 795	198 297	213 478	93 496	78%
Total "Quotidiens du Dimanche"	119 982	145 740	161 062	176 795	198 297	213 478	93 496	78%
Allo Police	98 613	98 613	105 450	117 168	123 428	134 808	36 195	37%
Echos-Vedettes	—	—	—	—	30 798	53 778	53 778	•
Journal des Vedettes	65 840	76 130	76 130	74 133	81 116	69 818	3 978	6%
Nouvelles Illustrées	80 474	82 710	77 852	97 338	107 003	98 040	17 566	22%
Nouveau Samedi	—	—	—	•	80 761	79 790	79 790	•
La Patrie	197 719	205 433	201 734	202 886	200 909	191 401	-6 318	-3%
Petit Journal	256 866	262 547	262 193	269 351	279 064	273 451	16 585	7%
Photo Journal	142 373	153 295	155 825	170 866	179 711	184 283	41 910	29%
Télé Radio Monde	—	—	—	41 160	53 334	50 997	50 997	•
Total Hebdomadaires ludiques	841 885	878 728	879 184	855 734	1 136 124	1 136 366	294 481	35%

• Données non disponibles

(1) Tirage hebdomadaire d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

* Période incomplète

La période 1965-1970 (tableau 61) voit des modifications assez importantes. Trois nouveaux "quotidiens du dimanche" apparaissent sur le marché: Dimanche Dernière Heure, Sunday Express et Québec Presse.

Par ailleurs, entre 1965 et 1970, le tirage du Dimanche-Matin augmente de 29%.

Parmi les hebdomadaires ludiques, le plus fort accroissement (132%) est celui d'Echos-Vedettes qui n'existe que depuis 1964. Le tirage de Télé-Radiomonde, fondé en 1963, s'accroît de 23% entre 1965 et 1970; le tirage d'Allo Police s'accroît de 18% au cours de la même période. Cette période voit également la naissance (en 1969) du Grand Journal Illustré.

Par contre, plusieurs autres hebdomadaires subissent une baisse de tirage assez considérable:

La Patrie	-41%
Journal des Vedettes	-39%
Photo Journal	-35%
Le Nouveau Samedi	-33%
Le Petit Journal	-30%

Nouvelles Illustrées subit également une faible baisse de tirage (5%).

Durant cette période, c'est Le Dimanche-Matin qui conserve le plus fort tirage, suivi d'assez loin par les autres hebdomadaires:

Le Dimanche Matin (en 1970)	275 712
Le Petit Journal	192 197
Allo Police	159 659
Echos-Vedettes	124 608
Photo Journal	119 281
La Patrie	113 468

Dans l'ensemble, cette période semble être plus propice aux "quotidiens du dimanche" qu'aux hebdomadaires ludiques.

La période 1970-1976, par contre, est assez difficile pour la plupart de ces hebdomadaires, du moins au niveau du tirage (tableau 62).

Québec Presse disparaît en 1974. Dimanche Dernière Heure subit une baisse de tirage de 57% et Dimanche-Matin de 16%. Quant au Sunday Express, entre 1971 et 1976, son tirage baisse de 25%.

Parmi les hebdomadaires ludiques, le Grand Journal Illustré connaît un accroissement de 62%; rappelons toutefois que ce journal n'existe que depuis 1969.

Deux autres journaux voient également leur tirage s'accroître: Photo-Vedettes (12%) et Echos-Vedettes (10%). Tous les autres sont en perte de tirage:

La Patrie	-45% *
Le Petit Journal	-42% *
Nouvelles Illustrées	-41%
Photo Journal	-34% *
Allo Police	-28%
Télé-Radiomonde	-23%
Journal des Vedettes	-22%

Les figures 13, 14 et 15 illustrent l'évolution du tirage pour l'ensemble de ces hebdomadaires nationaux. Après une forte hausse du tirage vers 1964 (figure 13), on voit une période assez stable jusqu'en 1971 (figure 14), année où s'amorce une baisse de tirage assez générale qui se poursuit jusqu'en 1976 (figure 15).

ANALYSE DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC

On trouve dans le tableau 63 l'évolution du tirage des hebdomadaires régionaux ABC francophones pour la période 1970-1976. Comme le nombre d'années pour lesquelles nous disposions des données ABC sur le tirage variait selon le journal considéré, nous avons utilisé, pour fin de comparaison, un "pourcentage d'augmentation annuel" du tirage qui se calcule comme suit:

$$\frac{\text{\% d'augmentation ou de diminution du tirage pour le nombre d'années considérées}}{\text{(Nombre d'années) -1}}$$

* Nous ne disposons pas pour ces journaux des données sur le tirage 1975-76; nous pouvons toutefois probablement assumer que la baisse de tirage amorcée depuis longtemps se poursuit.

TABLEAU 61

TIRAGE TOTAL (1) DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE" ET LUDIQUES ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1965-1970

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Dimanche Dernière Heure	—	—	32 472	44 016	59 541	51 888	51 888	•
Dimanche Matin	213 478	232 300	270 376	286 281	287 745	275 712	62 234	29%
Sunday Express	—	—	—	—	•	•	•	•
Québec Presse	—	—	—	—	—	92 000	92 000	•
Total "Quotidiens du Dimanche"	213 478	232 300	302 848	330 297	347 286	419 600	206 122	97%
Allo Police	134 808	161 219	175 103	177 199	174 133	159 659	24 851	18%
Echos Vedettes	53 778	63 029	106 178	113 513	106 889	124 608	70 830	132%
Grand Journal Illustré	—	—	—	—	30 352	33 189	33 189	•
Journal des Vedettes	69 818	63 998	58 993	60 512	57 024	42 833	-26 985	-39%
Nouvelles Illustrées	98 040	93 492	103 234	106 170	94 110	93 198	-4 842	-5%
Nouveau Samedi	79 790	61 816	55 429	62 779	62 715	53 784	-26 006	-33%
La Patrie	191 401	166 609	155 363	143 605	130 874	113 468	-77 933	-41%
Petit Journal	273 451	257 434	247 938	235 623	208 348	192 197	-81 254	-30%
Photo Journal	184 283	165 926	144 107	134 563	121 273	119 281	-65 002	-35%

TABLEAU 61 (suite)

TIRAGE TOTAL (1) DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX QUOTIDIENS DU DIMANCHE" ET LUDIQUES ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1965-1970

(suite)	1965	1966	1967	1968	1969	1970	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Photo Vedettes	—	26 490	47 021	48 436	46 015	51 749	51 749	
Télé Radio Monde	50 997	45 781	53 325	64 340	63 175	62 479	11 482	23%
Total Hebdomadaires ludiques	1 136 366	1 105 794	1 146 691	1 146 740	1 094 908	1 046 445	-89 921	- 8%

• Données non disponibles

(1) Tirage hebdomadaire d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

* Période incomplète

TABLEAU 62

TIRAGE TOTAL (1) DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE" ET LUDIQUES ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1970-1976

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Dimanche Dernière Heure	51 888	63 204	40473	44 539	44 839	37 535	22 273	-29 615	-57%
Dimanche Matin	275 712	270 266	262 940	238 928	237 781	232 051	231 430	-44 282	-16%
Sunday Express	•	58 946	57 174	54 259	51 727	45 185	44 351	•	•
Québec-Presse	92 000	65 040	45 000	45 000	45 000	—	—	-92 000	•
Total "Quotidiens du Dimanche"	419 600	457 456	405 587	382 726	379 347	314 771	298 054	-121 546	-29%
Allo-Police	159 659	158 837	150 525	131 562	132 729	126 430	114 579	-45 080	-28%
Echos-Vedettes	124 608	133 021	133 787	134 714	144 009	131 808	137 576	12 968	10%
Grand Journal Illustré	33 189	42 077	46 127	41 007	51 307	53 712	53 712	20 523	62%
Journal des Vedettes	42 833	42 649	45 095	31 711	34 628	33 335	33 335	-9 498	-22%
Nouvelles Illustrées	93 198	92 402	78 259	106 329	92 183	65 159	55 020	-38 178	-41%
Nouveau Samedi	53 784	50 818	43 095	56 082	58 917	48 557	48 557	-5 227	-10%
La Patrie	113 468	112 961	100 173	79 774	62 153	62 153	•	-51 315(2)	-45%(2)
Petit Journal	192 197	184 393	167 054	132 694	111 704	111 704	•	-80 493(2)	-42%(2)

TABLEAU 62 (suite)

TIRAGE TOTAL (1) DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX "QUOTIDIENS DU DIMANCHE" ET LUDIQUES ET POURCENTAGE D'AUGMENTATION POUR LA PERIODE 1970-1976

(suite)	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation
Photo Journal	119 281	114 103	109 973	100 409	78 821	78 821	•	-40 460 (2)	-34% (2)
Photo Vedettes	51 749	60 590	58 524	•	63 268	57 806	57 806	6 057	12%
Télé Radio Monde	62 479	58 423	63 673	•	57 274	48 391	48 391	-14 088	-23%
Total Hebdomadaires ludiques	1 046 445	1 050 274	996 285	•	886 993	817 876	•	-228 569 (2)	-22% (2)

• Données non disponibles

* Période incomplète

(1) Tirage hebdomadaire d'après les données du CARD d'octobre de chaque année

(2) Augmentation absolue du tirage et pourcentage d'augmentation pour 1970-1975 seulement

Figure 13

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX DU QUEBEC POUR LA PERIODE 1960-1965

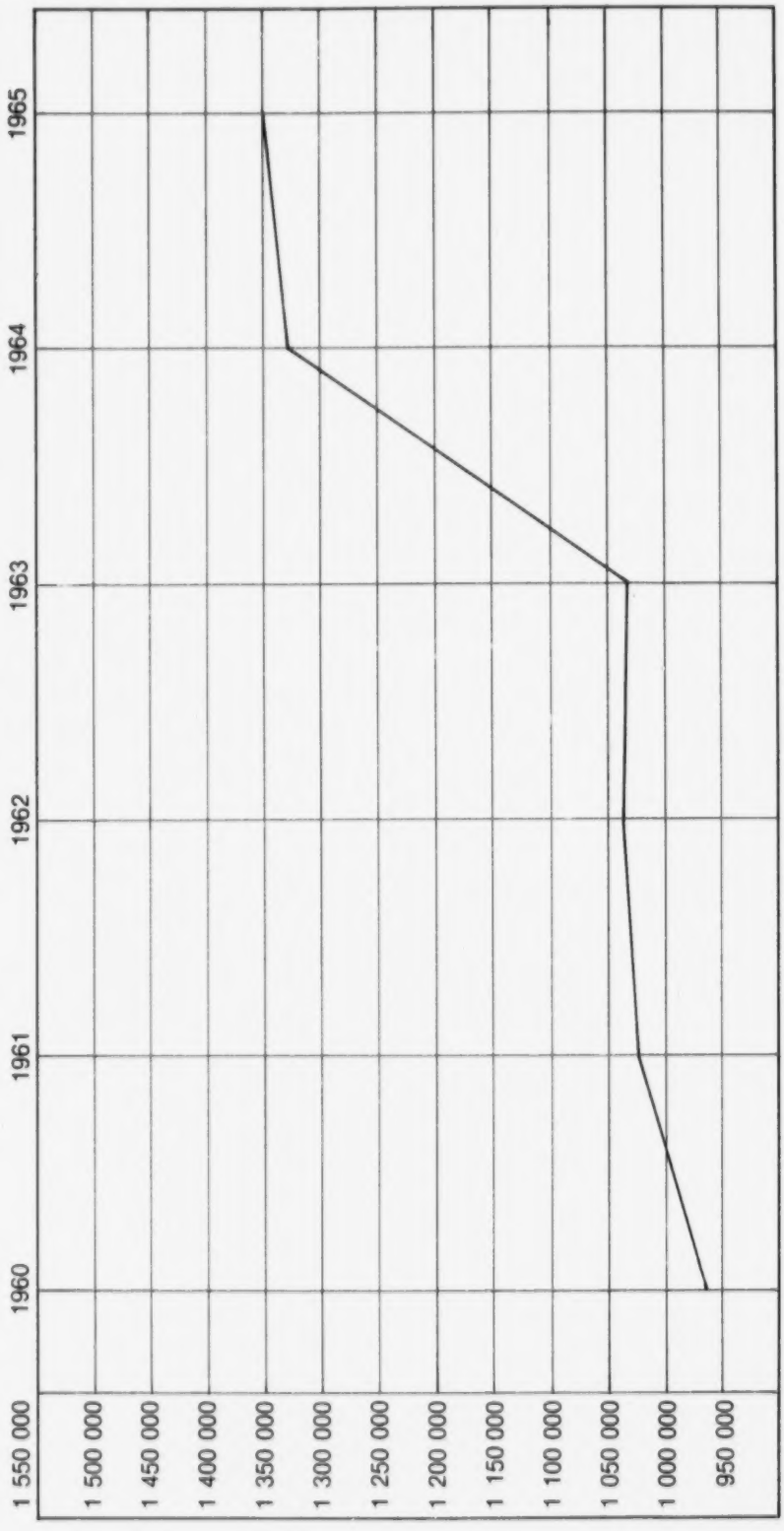


Figure 14

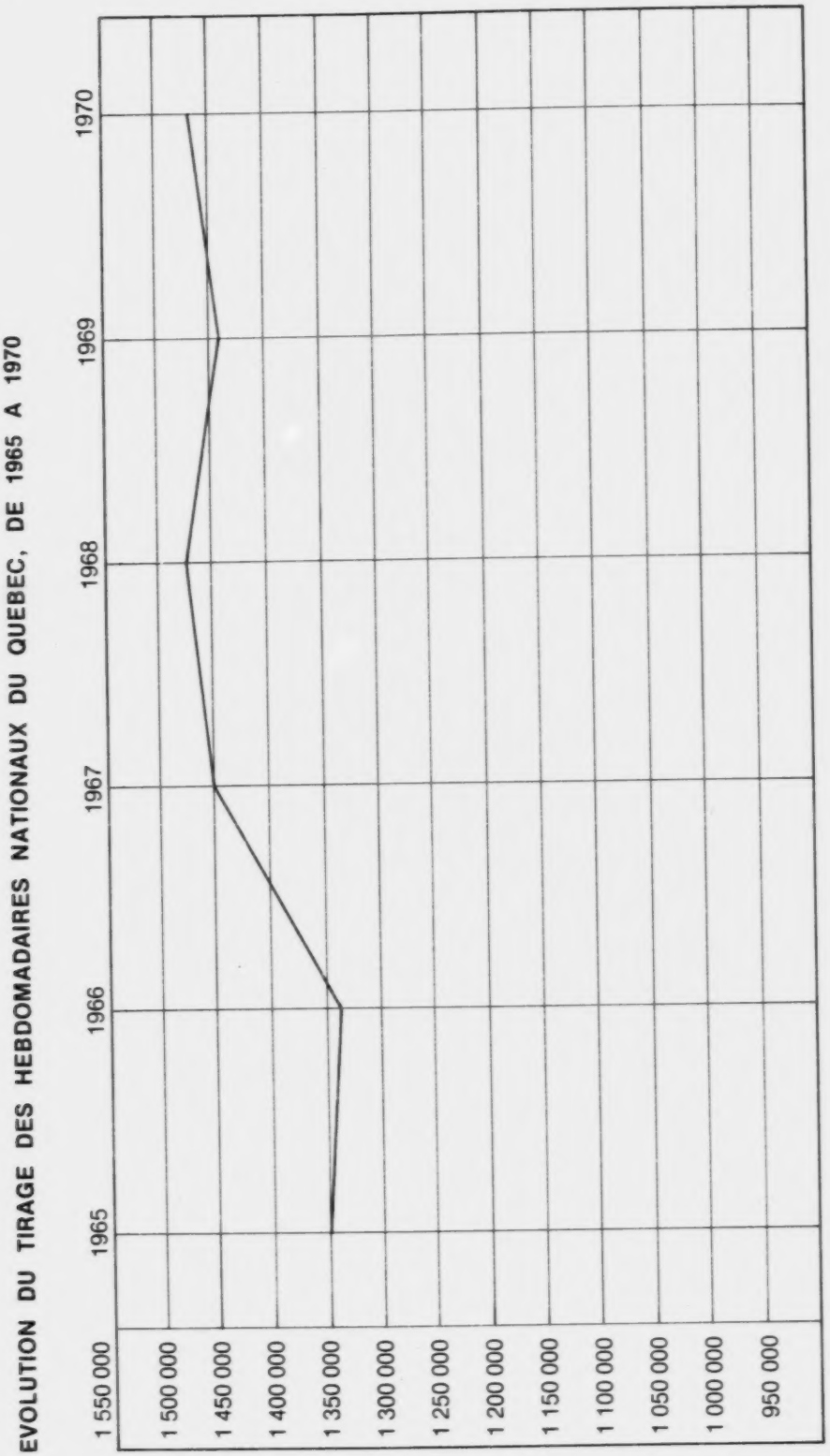

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX DU QUEBEC, DE 1965 A 1970
1 550 000
1 500 000
1 450 000
1 400 000
1 350 000
1 300 000
1 250 000
1 200 000
1 150 000
1 100 000
1 050 000
1 000 000
950 000
1965
1966
1967
1968
1969
1970

Figure 15

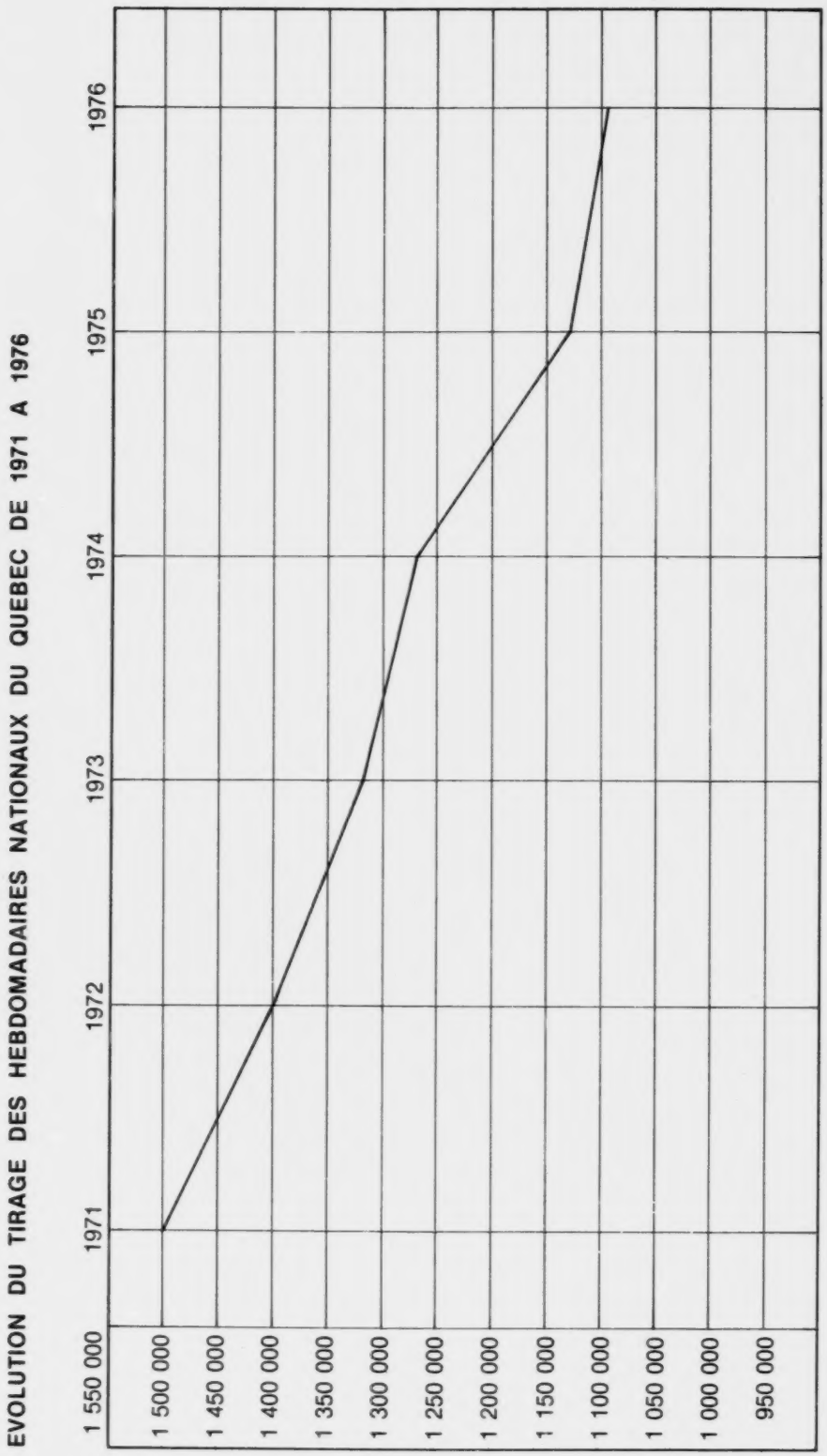

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX DU QUEBEC DE 1971 A 1976
1 550 000
1 500 000
1 450 000
1 400 000
1 350 000
1 300 000
1 250 000
1 200 000
1 150 000
1 100 000
1 050 000
1 000 000
950 000
1971
1972
1973
1974
1975
1976

TABLEAU 63

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1970-1976

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation annuel (1)
Progrès Dimanche (Chicoutimi)	—	—	35 586	38 306	34 785	36 064	39 109	3 523	2,5
Avant Poste (Amqui)	—	—	2 641	3 175	3 382	3 892	4 282	1 641	15,5
La Parole (Drummondville)	—	—	—	8 970	9 705	8 784	8 442	-528	-2
Joliette Journal	—	—	—	8 606	9 701	9 788	10 563	1 957	7,7
Echo Frontenac (Mégantic)	3 273	3 209	3 504	3 663	—	—	4 419	1 146	5,8
Echo Louiseville	—	—	—	4 729	5 153	6 482	6 615	1 886	13,3
La Voix Gaspésienne (Matane)	—	—	—	—	—	5 346	6 045	699	13
Echo Lièvre (Mont-Laurier)	—	—	—	5 082	5 538	5 843	6 090	1 008	6,7
Peuple Courrier (Montmagny)	—	—	8 107	10 348	10 158	10 404	10 891	2 784	8,5

(1) Ce pourcentage d'augmentation annuel se calcule ainsi : $\left(\frac{\text{\% d'augmentation du tirage pour le nombre d'années considérées}}{\text{(Nombre d'années) -1}}\right)$

TABLEAU 63 (suite)

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1970-1976

(suite)	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation annuel (1)
Voix Mille Iles (Ste-Thérèse)	—	3 250	3 303	3 889	3 944	4 147	4 346	1 096	6,8
Feuille d'Erable (Plessisville)	—	—	—	—	4 458	4 495	4 413	-45	-0,5
Progrès Echo (Rimouski)	—	—	—	9 006	9 246	9 390	8 569	-437	-1,7
Le Saint-Laurent (Rivière-du-Loup)	—	—	6 571	6 286	6 834	6 297	5 935	-636	-2,5
La Frontière (Rouyn-Noranda)	—	6 134	7 068	7 362	6 851	6 893	7 460	1 326	4,4
Eclaireur-Progrès (Beauce)	—	—	8 218	9 228	10 152	11 149	11 121	2 903	8,8
Courrier (Saint-Hyacinthe)	—	11 215	10 646	10 772	10 947	11 035	11 354	139	0,2
Le Canada Français (Saint-Jean)	—	—	—	11 806	12 509	12 448	13 126	1 320	3,7

(1) Ce pourcentage d'augmentation annuel se calcule ainsi : $\left(\frac{\text{\% d'augmentation du tirage pour le nombre d'années considérées}}{\text{(Nombre d'années) -1}}\right)$

TABLEAU 63 (suite)

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC FRANCOPHONES POUR LA PERIODE 1970-1976

(suite)	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation annuel (1)
Echo du Nord (Saint-Jérôme)	—	—	—	9 609	10 268	10 357	10 839	1 230	4,3
Union Cantons de l'Est (Victoriaville)	—	—	8 994	9 420	9 581	10 172	11 059	2 065	5,8
La Vallée Chaudière (Beauce)	—	3 123	3 222	3 125	3 254	3 301	3 418	295	1,8
Progrès Valleyfield	—	—	3 869	3 566	3 724	3 703	3 987	188	0,8
L'Argenteuil (Lachute)	—	—	3 205	3 355	3 555	3 455	3 621	416	3,3
La Sentinelle (Chibougamau)	—	2 276	2 326	2 556	2 439	2 613	2 646	370	3,2
La Concorde (Mirabel)	—	—	3 897	3 312	2 531	2 648	2 908	989	6,3
La Victoire (St-Eustache)	—	—	3 591	3 615	3 086	3 085	3 562	-29	-0,3
Les Echos Abitibiens (Val d'Or)	—	—	—	10 448	10 133	9 658	10 966	518	1,7

(1) Ce pourcentage d'augmentation annuel se calcule ainsi : $\left(\frac{\text{\% d'augmentation du tirage pour le nombre d'années considérées}}{\text{(Nombre d'années) -1}}\right)$

Dans l'ensemble, ces hebdomadaires régionaux semblent assez bien se porter. Quelques-uns d'entre eux ont un tirage assez stable, avec un pourcentage annuel d'augmentation ou de dimunition inférieur à 1%. Ce sont:

La Feuille d'Erable (Plessisville)	-0,5%
Le Courrier (Saint-Hyacinthe)	0,2%
Le Progrès (Valleyfield)	0,8%
La Victoire (Saint-Eustache)	-0,3%

Trois seulement de ces journaux voient leur tirage baisser de plus de 1% annuellement. Ce sont:

La Parole (Drummondville)	-2 %
Progrès Echo (Rimouski)	-1,7%
Le Saint-Laurent (Rivière-du-Loup)	-2,5%

Pour les autres hebdomadaires régionaux ABC, on voit un accroissement annuel de tirage qui va de 1,7% (Les Echos Abitibiens) à 15,5% (L'Avant-Poste d'Amqui).

Par contre, la situation est tout autre pour les quelques hebdos régionaux ABC de langue anglaise (tableau 64). Parmi ceux-ci, le seul qui voit actuellement son tirage s'accroître (5,5% annuellement) est le Gleaner de Huntingdon: encore s'agit-il d'un journal bilingue. The Watchman (Lachute) est relativement stable, avec un pourcentage de diminution de 0,5% annuellement. Pour trois autres hebdos anglophones, la perte annuelle de tirage est plus sévère. Ce sont:

Rouyn-Noranda Press	-11,4%
The Star (Val d'Or)	-12,5%
The Victory (Saint-Eustache)	- 7,3%

Il semble donc que parmi les hebdomadaires régionaux ABC, les hebdos de langue anglaise soient actuellement en perte de vitesse.

TABLEAU 64

EVOLUTION DU TIRAGE DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC ANGLOPHONES POUR LA PERIODE 1970-1976

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Augmentation absolue du tirage	Pourcentage d'augmentation annuel
Rouyn-Noranda Press	—	1 660	1 670	1 669	1 623	1 156	718	-942	-11,4
The Star (Val d'Or)	—	—	793	846	760	592	398	-395	-12,5
The Watchman (Lachute)	—	—	3 124	3 090	3 236	3 100	3 051	-73	-0,5
The Victory (St-Eustache)	—	—	1 947	2 595	2 096	1 905	1 375	-572	-7,3
The Gleaner (Huntingdon)	3 583	4 034	4 010	4 375	4 480	4 671	4 780	1 197	5,5

CHAPITRE IV: La demande de quotidiens et d'hebdomadaires au Québec

INTRODUCTION

Nous allons tenter d'esquisser ici, à partir de données de diverses études, un profil de la demande pour certains quotidiens et hebdomadaires du Québec au cours de la période 1972-1976.

(1) LES QUOTIDIENS ET CERTAINS HEBDOMADAIRES DE LA REGION METROPOLITAINE DE MONTREAL

D'après une étude portant sur un échantillon de francophones de la région métropolitaine de Montréal âgés de 15 ans et plus(1), en 1972, 23% des gens disaient ne lire aucun quotidien de façon régulière (au moins trois fois par semaine); 50% en lisaient un seul, 20% en lisaient deux, 8% en lisaient trois ou plus.

Les quotidiens lus régulièrement étaient, dans l'ordre:

La Presse	40% de l'échantillon
Le Journal de Montréal	30%
Le Montréal-Matin	28%
Le Devoir	7%
The Montreal Star	3%
The Gazette	3%

Au niveau des hebdomadaires, 41% des gens ne lisaient régulièrement (i.e. au moins trois fois sur quatre) aucun hebdomadaire; 37% en lisaient un ou deux, 14% trois ou quatre et 8%, plus de quatre.

Les principaux hebdomadaires lus régulièrement étaient les suivants:

Perspective	48% de l'échantillon
Dimanche-Matin	42%
Le Petit Journal	24%
TV Hebdo	20%
Echo-Vedettes	17%
Photo Journal	16%
Nouvelles Illustrées	13%
Photo-Vedettes	12%
Allo Police	10%
Journal des Vedettes	9%
Télé-Radiomonde	8%

(1) Multi-Réso Inc., août 1972; nous ne pouvons divulguer le nom du commanditaire de cette étude.

Une autre étude, qui a eu lieu également en 1972(1), nous apporte des renseignements complémentaires. Cette étude portait sur un échantillon de 1417 personnes de 15 ans et plus (829 francophones et 588 anglophones), de la région métropolitaine de Montréal. Elle concernait la lecture des huit journaux suivants: La Presse, le Montréal-Matin, le Journal de Montréal, Le Devoir, le Montreal Star, la Gazette, le Dimanche Matin et le Sunday Express. On y apprend entre autres les faits suivants:

69% de **l'ensemble des répondants** ne lisaient aucun médium anglophone;
52% ne lisaient aucun quotidien francophone;
26% ne lisaient aucun quotidien;
44% ne lisaient aucun médium francophone;
19% ne lisaient aucun des huit média considérés.

Chez les francophones, on observe les faits suivants:

92% d'entre eux ne lisaient aucun médium anglophone;
30% ne lisaient aucun quotidien francophone;
28% ne lisaient aucun quotidien;
20% ne lisaient aucun médium francophone;
18% ne lisaient aucun des huit média considérés.

Chez les anglophones, on apprend que:

93% ne lisaient aucun quotidien francophone;
93% ne lisaient aucun médium francophone;
26% ne lisaient aucun quotidien anglophone;
24% ne lisaient aucun médium anglophone;
23% ne lisaient aucun quotidien;
21% ne lisaient aucun des huit média considérés dans l'étude.

(1) Nous ne pouvons divulguer le nom du commanditaire de cette étude.

En cherchant à caractériser les non-lecteurs, ceux qui ne lisent pas, nous observons les caractéristiques suivantes quant aux variables socio-démographiques retenues dans cette étude:

TABLEAU 65

CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES DES NON-LECTEURS DANS LA ZONE METROPOLITAINE DE MONTREAL

	Lecteurs d'au moins un quotidien %	Ne lisent aucun quotidien %	Lecteurs d'au moins un des huit média	Ne lisent aucun des huit media %
Moins de 10 ans de scolarité	33,8	56,0 (1)	34,9	55,3 (2)
Moins de 25 ans	18,4	23,1	18,8	21,8
Plus de 55 ans	19,5	19,7	19,6	21,4
Hommes	46,5	36,0 (3)	45,3	35,6 (4)
	N=981 100%	N=343 100%	N:=1 073 100%	N=251 100%

(1) Ce pourcentage est statistiquement différent de 33,8%
(2) Ce pourcentage est statistiquement différent de 34,9%
(3) Ce pourcentage est statistiquement différent de 46,5%
(4) Ce pourcentage est statistiquement différent de 45,3%

On remarque donc que les non-lecteurs, tant des quotidiens que de l'ensemble des média étudiés, sont davantage moins instruits et sont le plus souvent des femmes.

Une autre étude, qui a eu lieu en juin 1973(1), nous apporte des données sur la pénétration quotidienne moyenne des quotidiens montréalais, dans un échantillon de 944 francophones de la région métropolitaine de Montréal âgés de quinze ans et plus. Ce calcul de la pénétration moyenne était basé sur la question suivante: "Parmi les quotidiens suivants, lequel ou lesquels avez-vous lu(s) ou feuilleté(s) **hier** (ou samedi)?"

Cette étude donne également la pénétration de Dimanche Matin dans le marché francophone de Montréal métropolitain (lecture au cours de la semaine dernière).

(1) **Lecture des quotidiens montréalais et les caractéristiques des lecteurs du Journal de Montréal de la région métropolitaine de Montréal,** Multi-Réso Inc., juin 1973, pour le compte du Journal de Montréal.

On y obtient les données suivantes:

	Pénétration totale (lecture hier)	**Pénétration dans le foyer** (qu'on l'aie personnellement lu ou non)
La Presse	37%	39%
Journal de Montréal	28%	23%
Montréal-Matin	28%	23%
Le Devoir	9%	9%
The Gazette	8%	6%
The Montreal Star	5%	5%
Dimanche-Matin	36%	

Cette étude nous donne, d'autre part, certaines informations sur la non-lecture des quotidiens. Dans l'ensemble, on trouve 26% de non-lecteurs de quotidiens; cette proportion passe de 19% pour les hommes à 32% pour les femmes.

Il semble donc toujours que, chez les francophones du moins, les femmes sont moins que les hommes lectrices de quotidiens.

La même étude nous donne par ailleurs la distribution suivante pour la lecture des quotidiens du matin et de l'après-midi:

lecteurs de quotidiens du matin — 34% de la population

lecteurs de quotidiens de l'après-midi — 18% de la population

lecteurs de quotidiens du matin et de l'après-midi — 23% de la population

non-lecteurs de quotidiens — 26% de la population

En 1976, une autre étude pour le compte du Journal de Montréal(1) a été faite auprès de 1 136 personnes (824 francophones, 312 anglophones) de la région métropolitaine de Montréal. Cette fois, la pénétration quotidienne moyenne des sept quotidiens montréalais est la suivante:

Pénétration des sept quotidiens montréalais
(lecture hier)

	L'ensemble (N = 1 136)	**Francophones** (N = 824)	**Anglophones** (N = 312)
Le Devoir	3%	4%	2%
Journal de Montréal	18%	25%	3%
Le Jour	3%	4%	1%
Montréal-Matin	14%	19%	3%
La Presse	21%	29%	3%
The Gazette	12%	4%	36%
The Montreal Star	23%	4%	68%

(1) **Sondage sur la lecture des quotidiens à Montréal,** Multi-Réso Inc., juillet 1976, pour le compte du Journal de Montréal.

Voici maintenant la pénétration cumulative pour une semaine, c'est-à-dire la proportion des répondants qui disent avoir lu ou feuilleté un quotidien au moins une fois au cours des six ou sept jours qui ont précédé l'entrevue:

	L'ensemble (N = 1 136)	**Francophones** (N=824)	**Anglophones** (N=312)
La Presse	33%	44%	7%
The Montreal Star	28%	5%	78%
Journal de Montréal	27%	37%	6%
Montréal-Matin	23%	30%	9%
The Gazette	17%	5%	49%
Le Jour	6%	8%	2%
Le Devoir	5%	6%	5%

On peut comparer ces données à celles de Sorecom (1972)(1), qui donnaient également une fréquence cumulative:

	Francophones (N: 450)	**Anglophones** (N: 122)
La Presse	56%	9%
The Montreal Star	11%	91%
Journal de Montréal	54%	11%
Montréal-Matin	60%	14%
The Gazette	12%	69%
Le Devoir	14%	8%

Comparons maintenant les données des sondages de 1973 et 1976 pour le compte du Journal de Montréal: on voit facilement que la pénétration quotidienne (lecture hier) de la plupart des quotidiens a baissé au cours de cette période chez les francophones.

Pénétration totale
(lecture hier)

	1973 (944 francophones)	**1976** (824 francophones)
La Presse	37%	29%
Journal de Montréal	28%	25%
Montréal-Matin	28%	19%
Le Devoir	9%	4%
The Gazette	8%	4%
The Montreal Star	5%	4%

(1) **Enquête sur la diffusion de l'information au Québec, 2e partie: sondage auprès du public**, La liberté de presse au Québec, vol. 5, Sorecom Inc., mars 1973, p. 29.

Si l'on considère maintenant la pénétration cumulative, si l'on compare les données de Sorecom (1972) et celles de Multi-Réso (1976), on obtient, pour les francophones:

	1972 (450 francophones)	1976 (824 francophones)
La Presse	56%	44%
Journal de Montréal	54%	37%
Montréal-Matin	60%	30%
Le Devoir	14%	6%
The Gazette	12%	5%
The Montreal Star	11%	5%

et pour les anglophones:

	1972 (122 anglophones)	1976 (312 anglophones)
The Montreal Star	91%	78%
The Gazette	69%	49%
Montréal-Matin	14%	9%
Journal de Montréal	11%	6%
La Presse	9%	7%
Le Devoir	8%	5%

Il semble donc que la lecture des quotidiens soit moins populaire dans la région métropolitaine de Montréal en 1976 qu'elle ne l'était en 1972-1973.

Autre renseignement intéressant de l'étude de 1976: on distingue les non-lecteurs de quotidiens selon la langue et le sexe (pour les personnes de 15 ans et plus).

Non-lecteurs de quotidiens

	L'ensemble (N = 1 136) (100%)	Francophones (N=824) (100%)	Anglophones (N=312) (100%)
Les deux sexes (100%)	33%	37%	17%
Les femmes (100%)	37%	44%	15%
Les hommes (100%)	28%	31%	19%

On remarque particulièrement les faits suivants:

On trouve significativement plus de non-lecteurs de quotidiens chez les francophones que chez les anglophones;

S'il est vrai que chez les francophones on trouve nettement plus de femmes que d'hommes qui ne lisent pas de quotidiens, on ne peut en dire autant pour les anglophones; en fait, chez ces derniers, on trouve un peu moins de femmes que d'hommes parmi les non-lecteurs de quotidiens, bien qu'il ne s'agisse pas là d'une différence significative.

Notons enfin que l'on mentionne dans ce rapport une pénétration de 25% pour le Dimanche Matin chez les francophones et de 17% pour le Sunday Express chez les anglophones.

2) LECTURE DES QUOTIDIENS ET DE CERTAINS HEBDOMADAIRES DANS LA REGION METROPOLITAINE DE QUEBEC

D'après une étude de 1974(1) avec un échantillon de 969 personnes francophones âgées de 15 ans et plus résidentes de la région

(1) Nous ne pouvons divulguer le nom du commanditaire de cette étude.

métropolitaine de Québec, la pénétration moyenne des quotidiens (basée sur la lecture de la veille) serait la suivante:

Le Soleil	49%
Le Journal de Québec	22%
Montréal Matin	4%
Le Devoir	2%
Le Jour	2%
La Presse	1%

La pénétration dans les foyers (avec ou sans lecture personnelle de la part du répondant) serait la suivante:

Le Soleil	66%
Le Journal de Québec	20%
Montréal Matin	3%
Le Jour	2%
La Presse	1%

On remarque, entre autres, la faible pénétration des quotidiens montréalais dans la région métropolitaine de Québec.

Si l'on compare ces résultats aux données déjà observées à Montréal, d'autre part, on pourra observer que pour Le Soleil comme pour La Presse, la pénétration dans le foyer est plus élevée que la pénétration moyenne individuelle, peut-être parce que ces deux journaux portent plus d'effort sur l'abonnement à domicile; pour Le Journal de Québec comme pour Le Journal de Montréal et Montréal Matin, la pénétration moyenne individuelle est plus forte au contraire, possiblement parce que ce sont des quotidiens du matin que l'on lit au travail.

On note également dans cette étude certains niveaux de discrimination dans la lecture; on trouve par exemple 43% de femmes non-lectrices de quotidiens, comparativement à 34% chez les hommes **(39% pour l'ensemble).**

Si l'on ajoute aux quotidiens déjà mentionnés le Dimanche Matin, qui à ce moment avait un taux de pénétration de 19% (lecture le dimanche précédant l'entrevue), on trouve 36% de non-lecteurs des sept journaux considérés dans l'étude (30% chez les hommes et 40% chez les femmes).

Une seconde étude a eu lieu à Québec en 1976(1), auprès d'un échantillon de 854 francophones de 15 ans et plus résidents de la zone métropolitaine de Québec. Cette fois on obtient les pénétrations suivantes pour les deux quotidiens québécois:

	Pénétration totale (lecture la veille)	**Pénétration dans le foyer**
Le Soleil	64%	69%
Le Journal de Québec	32%	27%

Pénétration cumulative (lecture au moins 1 fois par semaine)

Le Soleil	76%
Le Journal de Québec	42%

Enfin 44% des répondants disent lire Le Soleil tous les jours et 16% en disent autant pour Le Journal de Québec.

On remarque ici la forte proportion de lecteurs occasionnels des deux quotidiens, proportion très différente de celle des lecteurs réguliers.

Voyons maintenant dans quels sous-groupes socio-démographiques se situent les non-lecteurs des deux quotidiens québécois (soit 25% de l'ensemble de l'échantillon).

Le phénomène de non-lecture est particulièrement fort chez:

Les femmes	28%
Les 15-24 ans	32%
Les 35-44 ans	28%
Les moins de 8 ans de scolarité	32%
Les journaliers	32%
Les rentiers, invalides et chômeurs	30%

Par contre, on trouve moins de non-lecteurs chez:

Les hommes	21%
Les 45-54 ans	19%
Les 13-15 années de scolarité	18%
Les administrateurs et les collets-blancs	21%
Les collets-bleus	20%

(1) Nous ne pouvons divulguer le nom du commanditaire de cette étude.

Il semble que contrairement à ce qui se produit à Montréal où semble se dessiner une tendance à l'abandon de la lecture des quotidiens, surtout chez les francophones, les quotidiens de Québec ont en 1976 une pénétration plus forte qu'en 1974.

3) LECTURE DES QUOTIDIENS ET DE CERTAINS HEBDOMADAIRES REGIONAUX DANS DIVERSES REGIONS DU QUEBEC EN DEHORS DES DEUX GRANDS CENTRES

Une étude qui a eu lieu en 1975(1) apporte des révélations intéressantes sur la lecture des quotidiens et des hebdomadaires régionaux A-1 dans diverses régions du Québec. Nous nous attacherons ici particulièrement à l'observation du phénomène de non-lecture.

(1) **Les comportements exclusifs et combinatoires de lecture des journaux dans diverses régions du Québec**, Multi-Réso Inc., octobre 1975, pour le compte des Hebdos A-1
Nous remercions les Hebdos A-1 de nous avoir permis d'utiliser ces données.

La région de Joliette

Dans cette région, l'étude portait sur un échantillon de 268 francophones (128 hommes, 140 femmes). Les quotidiens considérés étaient les suivants:

La Presse
Montréal Matin
Le Devoir
Le Journal de Montréal
Le Nouvelliste

L'hebdo régional considéré était le Joliette Journal.

On y découvre les pourcentages suivants de non-lecteurs:

	Hommes (N: 128)	**Femmes** (N: 140)	**L'ensemble** (N: 268)
Non-lecteurs de quotidiens	49%	55%	52%
Non-lecteurs du Joliette Journal	45%	43%	44%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	26%	30%	28%

On remarquera que la tendance pour les femmes francophones à être moins que les hommes lectrices de quotidiens semble se répéter ici; toutefois, compte tenu de la petite taille de l'échantillon, la différence observée n'est pas significative.

Sur l'ensemble de l'échantillon, toutefois, on trouve une différence faiblement significative entre la proportion de non-lecteurs de quotidiens (52%) et de non-lecteurs du Joliette Journal (44%); l'hebdomadaire régional semble attirer plus de lecteurs que les quotidiens.

Considérons maintenant la lecture exclusive de l'un ou l'autre type de journal:

	Hommes (N: 128)	**Femmes** (N: 140)	**L'ensemble** (N: 268)
Lecteurs exclusifs de quotidiens	20%	15%	17%
Lecteurs exclusifs du Joliette Journal	23%	25%	24%

Il y a dans l'ensemble nettement plus de lecteurs exclusifs de l'hebdo régional (24%) que de lecteurs exclusifs des quotidiens (17%).

La région de Louiseville

L'échantillon pour cette région comprenait 147 hommes et 176 femmes, pour un total de 323 personnes.

Les quotidiens considérés étaient les mêmes qu'à Joliette; l'hebdo régional considéré était l'Echo de Louiseville.

Les pourcentages de non-lecteurs sont les suivants:

	Hommes (N: 147)	**Femmes** (N: 176)	**L'ensemble** (N: 323)
Non-lecteurs de quotidiens	44%	40%	42%
Non-lecteurs de L'Echo de Louiseville	24%	20%	22%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	13%	10%	12%

Aussi bien chez les hommes que chez les femmes, il y a significativement moins de non-lecteurs de L'Echo de Louiseville que de non-lecteurs de quotidiens.

Voyons maintenant la lecture exclusive:

	Hommes (N: 147)	**Femmes** (N: 176)	**L'ensemble** (N: 323)
Lecteurs exclusifs de quotidiens	11%	11%	11%
Lecteurs exclusifs de L'Echo de Louiseville	31%	30%	30%

Encore une fois, chez les hommes comme chez les femmes, il y a significativement plus de lecteurs exclusifs de l'hebdo régional que de lecteurs exclusifs des quotidiens.

La région de Saint-Hyacinthe

L'échantillon pour cette région comprend 326 personnes (151 hommes, 175 femmes). Les quotidiens considérés sont:

La Presse
Le Devoir
Montréal Matin
Le Journal de Montréal
La Voix de l'Est

L'hebdo A-1 considéré est Le Courrier de Saint-Hyacinthe.

On trouve dans cette région les pourcentages suivants de non-lecteurs:

	Hommes (N: 151)	**Femmes** (N: 175)	**L'ensemble** (N: 326)
Non-lecteurs de quotidiens	49%	63%	56%
Non-lecteurs du Courrier de Saint-Hyacinthe	30%	33%	32%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	17%	26%	22%

On remarquera les faits suivants:

Il y a significativement plus de femmes non-lectrices de quotidiens (63%) que d'hommes non-lecteurs (49%).

Le pourcentage de non-lecteurs de quotidiens est par ailleurs très élevé (56% pour l'ensemble).

Le pourcentage de non-lecteurs de l'hebdo régional est significativement moins élevé (32%).

Au niveau de la lecture exclusive, on obtient les données suivantes:

	Hommes (N: 151)	**Femmes** (N: 175)	**L'ensemble** (N: 326)
Lecteurs exclusifs de quotidiens	14%	8%	11%
Lecteurs exclusifs du Courrier de Saint-Hyacinthe	30%	33%	32%

Encore une fois on obtient significativement plus de lecteurs exclusifs de l'hebdo régional que de lecteurs exclusifs de quotidiens.

La région de Saint-Jérôme

On a pour cette région un échantillon de 257 personnes (126 hommes, 131 femmes). Les journaux considérés sont les quatre quotidiens francophones de Montréal et L'Echo du Nord.

Les pourcentages de non-lecture sont les suivants:

	Hommes (N: 126)	**Femmes** (N: 131)	**L'ensemble** (N: 257)
Non-lecteurs de quotidiens	24%	42%	33%
Non-lecteurs de L'Echo du Nord	24%	22%	23%
Non-lecteurs de l'ensemble des journaux considérés	10%	12%	11%

On peut voir que:

Les femmes non-lectrices de quotidiens sont plus nombreuses que les hommes non-lecteurs de quotidiens (42% vs 24%).

Par contre, on trouve dans l'échantillon 22% seulement de femmes non-lectrices de L'Echo du Nord.

On trouve dans l'ensemble de l'échantillon significativement plus de non-lecteurs de quotidiens (33%) que de non-lecteurs de L'Echo du Nord (23%).

Passons maintenant à la lecture exclusive:

	Hommes (N: 126)	**Femmes** (N: 131)	**L'ensemble** (N: 257)
Lecteurs exclusifs de quotidiens	14%	11%	12%
Lecteurs exclusifs de L'Echo du Nord	14%	30%	22%

On remarquera que 30% des femmes sont des lectrices exclusives de L'Echo du Nord alors que 11% d'entre elles seulement sont des lectrices exclusives de quotidiens.

La région de Saint-Jean

L'échantillon pour cette région comprend 273 personnes (116 hommes, 157 femmes).

Les journaux étudiés sont les quatre quotidiens francophones de Montréal et Le Canada Français.

Voyons ce qui concerne la non-lecture:

	Hommes (N: 116)	**Femmes** (N: 157)	**L'ensemble** (N: 273)
Non-lecteurs de quotidiens	41%	57%	51%
Non-lecteurs du Canada Français	19%	17%	18%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	10%	13%	12%

On observera les faits suivants:

Il y a significativement plus de femmes (57%) que d'hommes (41%) qui ne lisent pas de quotidiens.

Dans l'ensemble, il y a beaucoup moins de non-lecteurs du Canada Français (18%) que de non-lecteurs de quotidiens (51%).

Considérons maintenant la lecture exclusive:

	Hommes (N: 116)	**Femmes** (N: 157)	**L'ensemble** (N: 273)
Lecture exclusive des quotidiens	9%	4%	7%
Lecture exclusive du Canada Français	31%	44%	39%

Il y a significativement plus de femmes (44%) que d'hommes (31%) qui sont des lectrices du Canada Français sans lire aucun quotidien.

D'autre part, 39% de l'ensemble de l'échantillon, soit plus du tiers de la population considérée, lit Le Canada Français sans lire aucun des quotidiens montréalais.

La région de Drummondville

Dans cette région l'échantillon comprend 273 personnes, soit 129 hommes et 144 femmes.

Les quotidiens mentionnés dans l'étude sont les quatre quotidiens francophones de Montréal, Le Nouvelliste et La Tribune; l'hebdomadaire régional mentionné est La Parole.

Les pourcentages de non-lecture sont les suivants:

	Hommes (N: 129)	**Femmes** (N: 144)	**L'ensemble** (N: 273)
Non-lecteurs de quotidiens	47%	55%	51%
Non-lecteurs de La Parole	30%	24%	27%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	19%	15%	17%

Il y a significativement plus de non-lecteurs de quotidiens (51%) que de non-lecteurs de l'hebdo régional (27%).

Considérons maintenant la lecture exclusive:

	Hommes (N: 129)	**Femmes** (N: 144)	**L'ensemble** (N: 273)
Lecture exclusive des quotidiens	13%	11%	12%
Lecture exclusive de La Parole	28%	40%	34%

Il y a significativement plus de lecteurs exclusifs de La Parole (34%) que de lecteurs exclusifs des quotidiens (12%);

D'autre part, les femmes sont significativement plus nombreuses que les hommes à lire exclusivement l'hebdo régional sans lire aucun quotidien (40%, vs 28% chez les hommes).

La région de Victoriaville

L'étude portait dans cette région sur un échantillon de 287 personnes (131 hommes, 156 femmes). Les journaux étudiés étaient les quatre quotidiens de Montréal, Le Nouvelliste, La Tribune et L'Union des Cantons de l'Est.

La proportion de non-lecteurs pour chaque type de journal était la suivante:

	Hommes (N: 131)	**Femmes** (N: 156)	**L'ensemble** (N: 287)
Non-lecteurs de quotidiens	45%	50%	48%
Non-lecteurs de L'Union des Cantons de l'Est	38%	35%	36%
Non-lecteurs de tous les journaux considérés	21%	22%	22%

Les non-lecteurs de l'hebdomadaire régional sont significativement moins nombreux que les non-lecteurs de quotidiens.

Au niveau de la lecture exclusive, on obtient les données suivantes:

	Hommes (N: 131)	**Femmes** (N: 156)	**L'ensemble** (N: 287)
Lecture exclusive des quotidiens	18%	14%	15%
Lecture exclusive de L'Union des Cantons de l'Est	38%	35%	36%

On trouve dans cette région significativement plus de lecteurs exclusifs de l'hebdomadaire régional que de lecteurs de quotidiens qui ne lisent pas l'hebdo régional.

4) COMMENTAIRES

A travers ces diverses études, on peut dégager une certaine image de la demande des quotidiens et hebdomadaires.

Dans la région métropolitaine de Montréal, la demande pour les quotidiens a diminué depuis 1972. Elle est particulièrement faible dans les sous-groupes suivants:

Les femmes francophones
Les moins de 10 années de scolarité

De plus, la demande s'adresse de plus en plus aux quotidiens du matin.

Dans la région métropolitaine de Québec, la demande pour les quotidiens semble au contraire avoir augmenté, du moins depuis deux ans.

Encore là, le phénomène de non-lecture est plus fort chez les femmes ainsi que chez les moins de 8 ans de scolarité; d'autres variables socio-démographiques (l'âge, l'occupation) influencent également la demande.

D'après les données dont nous disposons sur la demande des quotidiens et des hebdomadaires régionaux dans quelques régions excentriques du Québec, il semblerait que la demande des quotidiens soit assez faible (entre 35% et 50%) dans la plupart de ces régions où par ailleurs la lecture (exclusive ou non) de l'hebdo régional est plutôt forte (entre 18% et 30%), particulièrement chez les femmes. Sans doute pourrait-on spéculer que l'hebdo régional joue davantage en province le rôle informatif dévolu aux quotidiens dans les grands centres.

CHAPITRE V: La pénétration des journaux ABC du Québec dans chacune des régions administratives

1) LA PENETRATION DES JOURNAUX ABC DU QUEBEC DANS CHACUNE DES REGIONS ADMINISTRATIVES

Données méthodologiques

Les tableaux 66 et 67 nous donnent le taux de pénétration des journaux ABC du Québec dans les foyers, pour les diverses régions administratives.

Voici comment nous en sommes arrivés à calculer ce taux:

Nous avons tout d'abord noté, à partir des données de Statistiques Canada (1), la répartition absolue de la population du Québec selon la langue maternelle pour chaque subdivision de recensement.

Ces données (qui portaient sur 74 subdivisions fédérales de recensement) ont ensuite été regroupées de façon à couvrir chacune des dix régions administratives, telles que définies par le gouvernement provincial du Québec (2).

Il nous a fallu ici procéder avec une extrême prudence, puisque le découpage des régions administratives et celui des subdivisions de recensement ne coïncidaient pas nécessairement. Pour chacune des régions administratives, par exemple, il a fallu ajouter ou retrancher la population d'un certain nombre de municipalités qui appartenaient à une subdivision de recensement chevauchant deux régions administratives différentes. Le répertoire des municipalités (3) nous a facilité cette partie du travail.

A ce stade, on connaît le nombre de francophones pour chacune des régions administratives du Québec, et l'on calcule le pourcentage de chacun de ces trois groupes par rapport à la population totale de la région administrative considérée.

(1) Statistiques Canada, **Certaines langues maternelles, divisions et subdivisions de recensement,** catalogue 92-773, décembre 1972

(2) Arrêté en conseil, no 524, en date du 29 mars 1966

(3) Bureau de la statistique du Québec, **Répertoire des municipalités** 1974, Partie II: liste alphabétique des municipalités et leurs principales correspondances territoriales.

On se réfère ensuite une fois de plus aux données de Statistiques Canada (1) pour déterminer le nombre de ménages appartenant à chacune des régions administratives, puis on calcule le nombre de ménages anglophones et francophones pour chacune des régions administratives en se basant sur les pourcentages obtenus à l'étape précédente.

Ayant ainsi chiffré la population et le nombre de ménages (ou foyers) par région administrative, nous avons calculé notre taux de pénétration en divisant le nombre de "tirage payé" (total net payé: données de ABC) par le nombre de foyers francophones ou anglophones (selon la langue de l'imprimé), par région administrative.

Analyse descriptive des quotidiens

Ainsi, au tableau 66, on peut voir que le quotidien Montréal-Matin, le seul à "pénétrer" toutes nos régions (soit 9), a son plus fort taux de pénétration (24,2%) dans la région # 9, soit la Côte Nord, ensuite dans la région de Montréal (13,5%). Vient ensuite The Gazette qui pénètre 7 des 9 régions délimitées, dont les plus fortes sont respectivement: Québec (46,6%) et Saguenay-Lac St-Jean (42,1%).

Quant au Journal de Montréal, il touche également 7 régions dont deux, Saguenay-Lac St-Jean et Québec, avec un taux peu élevé de moins de 1%, cependant que son plus fort taux de pénétration (19,2%) demeure dans la région de Montréal.

A l'exception des régions de la Côte-Nord et de Montréal, Montréal-Matin a un taux de pénétration très régulier dans toutes les autres, variant de 2% à 5%.

Egalement, à l'exception d'une région, Trois-Rivières (4,9%), le journal anglophone The Gazette pénètre fortement 4 des 6 autres régions qu'il touche.

Côte Nord: 23,8%
Montréal: 34,5%
Saguenay-Lac St-Jean: 42,1%
Québec: 46,6%

(1) Statistiques Canada, **Ménages selon la taille,** catalogue 93-702, mai 1973.

Le quotidien Le Soleil, qui, il va sans dire, a son plus fort taux de pénétration dans la région de Québec, touche d'autre part 5 autres régions. Mais son rayonnement est plutôt concentré vers le nord, soit la région de la Gaspésie et de la Côte Nord (respectivement 20% et 17,3%).

Ensuite, nous retrouvons Le Devoir qui dans l'ensemble pénètre 5 régions à peu près également: 2% dans la région de Montréal, 1,4% dans celle de Québec, 1,2% dans celles de l'Estrie et du Saguenay-Lac St-Jean. Enfin, de moindre façon, 0,6% dans celle de Trois-Rivières.

Viennent ensuite 3 quotidiens qui, même s'ils touchent 4 régions, concentrent leur pénétration dans 1 ou 2 régions:

soit La Presse, dont 21,9% dans Montréal;
soit The Montreal Star avec 53,2% dans Montréal et 18,7% dans Québec;
enfin, Le Journal de Québec dans les régions de Québec et du Saguenay-Lac St-Jean, respectivement 14,3% et 11,4%.

Il reste 6 autres quotidiens que l'on peut qualifier de régionaux parce que leur taux de pénétration principal, et souvent unique, se trouve dans la région où il est publié:

The Record et La Tribune dont le taux de pénétration respectif est de 52,7% et 52,3% se trouve dans la région des Cantons de l'Est;

Le Nouvelliste dans la région de Trois-Rivières dont le taux est de 43,5%;
Le Quotidien qui a un taux de 36,6% dans sa propre région du Saguenay-Lac St-Jean;

Le Droit avec un taux de pénétration de 54,6% dans la région de l'Outaouais;

Enfin, La Voix de l'Est qui a un taux de 1,2% dans la région de Montréal. Ceci s'explique du fait que Granby étant comprise dans la région administrative de Montréal, le taux de pénétration de ce journal soit minime dans cette région très vaste et fortement peuplée.

ANALYSE DESCRIPTIVE DES HEBDOMADAIRES

A) HEBDOS NATIONAUX

Les hebdomadaires nationaux sont ceux qui rejoignent 4 régions et plus sur 9; aussi au tableau 67 nous avons dans cette catégorie 6 hebdomadaires, dont 1 anglophone.

En premier lieu, nous avons 3 hebdos nationaux qui rejoignent l'ensemble des régions, soit 9:

Ce sont: Allo Police
Dimanche Matin
et Echo Vedettes

Allo Police a ses plus hauts taux de pénétration dans 3 principales régions, i.e. Côte Nord (17,7%), Bas St-Laurent — Gaspésie (17,3%), et Nord-Ouest (16,9%). Fait à remarquer, ce sont les trois régions les plus au nord et les plus excentriques. Pour les 6 autres régions, le taux de pénétration de cet hebdo varie de 6,5% à 11%.

Dimanche Matin, pour sa part, a ses deux plus forts taux de pénétration respectivement dans la région du Bas St-Laurent — Gaspésie (22,3%) et Montréal (20,4%); en 2ième lieu dans 3 régions où il y a une pénétration un peu plus faible, soit Trois-Rivières (15,8%)
Québec (15,3%)
Cantons de l'Est (14,7%);
suivent les 4 autres régions avec un taux beaucoup plus faible variant de 3,5% à 5%.

A l'exception de la région du Bas St-Laurent — Gaspésie (22,3%) le taux de pénétration du Dimanche Matin **semble** être plus fort dans les centres urbains que régionaux.

MONTREAL	20,4%
TROIS-RIVIERES	15,8%
QUEBEC	15,3%
CANTONS DE L'EST	14,7%
5,9%	SAGUENAY-LAC ST-JEAN
4 %	NORD-OUEST
3,7%	COTE NORD
3,5%	OUTAOUAIS

Echo Vedettes a son plus fort taux de pénétration dans la région de la Côte Nord (13,8%), à l'instar d'Allo Police. Suivent de près les régions de Trois-Rivières (12,5%), Québec (11,2%), et Montréal (10,6%).

Enfin, son taux de pénétration dans les 5 autres régions varie de 6,4% à 8,3%.

Deux autres hebdomadaires nationaux, d'autre part, rejoignent 8 régions sur une possibilité de 9, soit Nouvelles Illustrées et Dimanche Dernière Heure. **Le premier** a son plus fort taux de pénétration dans la région de la Côte Nord avec 6%, ce taux variant de 2,7% à 4,6% dans les autres régions, excluant celle du Bas St-Laurent — Gaspésie où il semble négligeable.

Enfin le Sunday Express rejoint 4 régions dont 3 où l'on retrouve le plus de population anglophone:

- Montréal où son taux de pénétration est le plus haut avec 11,8%
- Les Cantons de l'Est avec un taux de 4,1%
- Et l'Outaouais où le taux est de 2,5%

B) **HEBDOMADAIRES REGIONAUX**

Parmi les 22 hebdomadaires régionaux classifiés dans ABC que nous retrouvons au tableau 67:

1 seul, Progrès Dimanche, touche 3 régions: le Saguenay-Lac St-Jean, avec un taux de pénétration de 60,2%, la Côte Nord avec 9,2% et le Nord-Ouest avec 1,6%.

4 autres hebdos régionaux ABC, soit Progrès-Eclaireur, L'Union des Cantons de l'Est, La Frontière et les Echos Abitibiens touchent deux régions.

quant aux 17 autres, ils ne rejoignent qu'une seule région.

2) **LA REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES JOURNAUX ABC DU QUEBEC DANS CHACUNE DES REGIONS ADMINISTRATIVES**

Données méthodologiques

Nous avons établi ces pourcentages à partir des données ABC concernant le tirage global de chacun des journaux, quotidiens ou hebdomadaires recensés.

Ajoutons que ce taux de répartition a été calculé sur le nombre de journaux "vendus", i.e., excluant ceux retournés (total net paid) dans chacune des régions administratives.

Analyse de la répartition des quotidiens

Au tableau 68, on observe que La Presse et The Montreal Star se partagent le plus haut tirage des quotidiens du Québec avec chacun 16%, même s'ils ne touchent de façon significative que 4 régions et ce de manière inégale. Au tableau 68b, on peut voir la très forte concentration du tirage de ces 2 grands quotidiens dans la région de Montréal:

La Presse	95%
The Montreal Star	97%

Le Journal de Montréal compte pour 15% du tirage total au Québec tout en rejoignant 5 régions dont la principale reste celle de Montréal avec 89%. Il va sans dire que son tirage dans 4 autres régions est presque négligeable, variant de 2% à 4%.

Vient ensuite Le Soleil avec 13% du tirage global dont 87% dans la région de Québec. La région du Bas St-Laurent et Gaspésie s'accapare 6% tandis que l'autre 7% est distribué dans 3 autres régions.

Montréal-Matin de son côté s'accapare 12% du tirage des quotidiens québécois suivi de près par The Gazette avec 11%.

Ces deux quotidiens ont une très forte concentration de leur tirage dans la région de Montréal également, avec respectivement 81% et 92%, cependant que Montréal-Matin touche une région de plus que The Gazette. Ce qui est compréhensible du fait que la population anglophone est plus concentrée dans certaines régions.

Ajoutons, cependant, que le tirage du Montreal Star est plus concentré dans la région de Montréal que celui de The Gazette

TABLEAU 66

TAUX DE PENETRATION DES HEBDOMADAIRES DU QUEBEC DANS LES FOYERS, POUR LES DIVERSES REGIONS ADMINISTRATIVES

	Bas St-Laurent-Gaspésie Région 1	Saguenay-Lac St-Jean Région 2	Québec Région 3	Trois-Rivières Région 4	Cantons de l'Est Région 5	Montréal Région 6	Outaouais Région 7	Nord-Ouest Région 8	Côte Nord Région 9
Allo Police	17,3	11,0	8,4	8,6	8,6	6,5	9,9	16,9	17,7
Dimanche Dernière Heure		1,1	1,6	1,6	0,8	1,5	0,7	0,8	1,7
Dimanche Matin	22,3	5,9	15,3	15,8	14,7	20,4	3,5	4,0	3,7
Echo Vedettes	8,3	7,5	11,2	12,5	8,2	10,6	6,4	7,9	13,8
Progrès-Dimanche		60,2	*					1,6	9,2
Sunday Express			0,3		4,1	11,8	2,5		
Avant-Poste	7,2		*						
La Parole				7,4	*	*			
The Gleaner						1,2			
Joliette Journal						1,4			
L'Echo de Frontenac			0,1		5,4	*			
L'Echo de Louiseville				4,0	*	0,3			
La Voix Gaspésienne	14,4		*						
L'Echo de la Lièvre						*	9,1		
Peuple Courrier			4,4	0,4	0,2				
La Voix des Mille-Isles						0,5			
La Feuille d'Erable			1,6	0,2	0,1				
Progrès-Echo	19,2		0,1						
Le Saint-Laurent			2,1	0,2	0,1				

* Moins de 0,1%

TABLEAU 66 (suite)

TAUX DE PENETRATION DES HEBDOMADAIRES DU QUEBEC DANS LES FOYERS, POUR LES DIVERSES REGIONS ADMINISTRATIVES

(suite)	Région 1 Bas St-Laurent Gaspésie	Région 2 Saguenay-Lac St-Jean	Québec Région 3	Trois-Rivières Région 4	Cantons de l'Est Région 5	Montréal Région 6	Outaouais Région 7	Nord-Ouest Région 8	Côte-Nord Région 9
L'Etoile du Lac		9,2							
La Frontière		1,2						23,0	
Progrès-Eclaireur			4,0	0,4	1,1				
Courrier Saint-Hyacinthe						1,4			
Le Canada Français						1,8			
L'Echo du Nord						1,5			
Echo Abitibien		0,9						17,8	
Union des Cantons			0,6	7,9	*	*			
Nouvelles Illustrées		4,1	3,4	4,6	3,2	4,5	2,7	3,2	6,0

* Moins de 0,1%

TABLEAU 67

TAUX DE PENETRATION DES QUOTIDIENS DU QUEBEC (1) DANS LES FOYERS, POUR LES DIVERSES REGIONS ADMINISTRATIVES

	Bas St-Laurent-Gaspésie Région 1	Saguenay-Lac St-Jean Région 2	Québec Région 3	Trois-Rivières Région 4	Cantons de l'Est Région 5	Montréal Région 6	Outaouais Région 7	Nord-Ouest Région 8	Côte Nord Région 9
Le Quotidien		36,6							
La Voix de l'Est						1,2			
Le Droit						0,1	54,6		
Le Devoir		1,2	1,4	0,6	1,2	2,0			
The Gazette		42,1	46,6	4,9	13,6	34,5		13,0	23,8
Journal de Montréal		0,5	0,1	6,0	4,2	19,2	8,0	9,0	
Montréal Matin	2,2	4,1	2,1	2,8	1,3	13,5	2,0	5,0	24,2
La Presse			0,5	3,2	1,4	21,9			
The Montreal Star			18,7	2,0	8,7	53,2			
Journal de Québec		11,4	14,3	1,3	0,7				
Le Soleil	20,0	1,1	51,0	4,6	2,3				17,3
Record			3,8		52,7	0,2			
La Tribune			2,3	4,2	52,3	*			
Le Nouvelliste				43,5	0,1	0,1			

* Moins de 0,1%

(1) Y inclus Le Droit (Ottawa)

TABLEAU 68

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES QUOTIDIENS PAR REGIONS ADMINISTRATIVES AU QUEBEC POUR 1976**

	Tirage total N : 1 009 640 (100%)	Région 1 N : 10 342 (100%)	Région 2 N : 27 640 (100%)	Région 3 N : 170 291 (100%)	Région 4 N : 69 510 (100%)	Région 5 N : 40 985 (100%)	Région 6 N : 667 464 (100%)	Région 7 N : 6 710 (100%)	Région 8 N : 6 536 (100%)	Région 9 N : 10 162 (100%)
Le Quotidien	1%	—	53%	*	—	—	*	—	—	—
La Voix de l'Est	1%	—	—	*	—	—	1%	—	—	—
Le Devoir	2%	4%	3%	2%	2%	2%	2%	7%	6%	3%
Le Journal de Montréal	15%	—	*	*	9%	6%	20%	64%	47%	3%
Le Montréal Matin	12%	12%	9%	4%	6%	3%	14%	13%	26%	47%
La Presse	16%	2%	2%	1%	6%	2%	23%	6%	6%	2%
The Montreal Star	16%	3%	1%	1%	1%	3%	23%	1%	2%	—
Le Journal de Québec	4%	3%	24%	20%	—	—	*	—	—	3%
Le Soleil	13%	75%	5%	68%	*	*	1%	—	2%	33%
The Record	1%	—	—	*	*	11%	*	—	—	—
La Tribune	4%	—	—	2%	6%	68%	*	—	—	—
Le Nouvelliste	5%	—	—	*	69%	—	*	—	—	—
The Gazette	11%	1%	2%	2%	1%	4%	15%	8%	10%	10%

* Moins de 0,5%

** Source : les données ABC pour 1976

TABLEAU: 68b

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES QUOTIDIENS A TRAVERS LES REGIONS ADMINISTRATIVES DU QUEBEC POUR 1976**

	Tirage total N: 1 009 640	Région 1	Région 2	Région 3	Région 4	Région 5	Région 6	Région 7	Région 8	Région 9
Le Quotidien	N = 14 724	—	99%	•	—	—	•	—	—	—
La Voix de l'Est	N = 9 583	—	—	•	—	—	100%	—	—	—
Le Devoir	N = 24 608	2%	4%	16%	5%	3%	66%	2%	2%	1%
Journal de Montréal	N = 149 273	—	•	•	4%	2%	89%	3%	2%	•
Montréal-Matin	N = 118 064	1%	2%	5%	3%	1%	81%	1%	1%	4%
La Presse	N = 162 247	•	•	1%	2%	1%	95%	•	•	•
Montreal Star	N = 156 961	•	•	1%	1%	1%	97%	•	•	—
Le Journal de Québec	N = 41 689	1%	16%	82%	—	—	1%	—	—	1%
Le Soleil	N = 132 115	6%	1%	87%	•	•	3%	—	•	3%
Record	N = 5 957	—	—	2%	1%	76%	21%	—	—	—
La Tribune	N = 36 720	—	—	10%	12%	76%	2%	—	—	—
Le Nouvelliste	N = 49 434	—	—	1%	97%	—	2%	—	—	—
The Gazette	N = 108 265	•	1%	3%	1%	2%	92%	1%	1%	1%

• Moins de 0,5%

** Source: Les données ABC pour 1976

TABLEAU 69

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS NATIONAUX PAR REGIONS ADMINISTRATIVES AU QUEBEC POUR 1976**

	Tirage total N : 564 572 (100%)	Région 1 N : 20 005 (100%)	Région 2 N : 16 363 (100%)	Région 3 N : 92 733 (100%)	Région 4 N : 43 871 (100%)	Région 5 N : 19 054 (100%)	Région 6 N : 342 326 (100%)	Région 7 N : 10 636 (100%)	Région 8 N : 11 347 (100%)	Région 9 N : 8 187 (100%)
Allo Police	18%	32%	36%	20%	20%	23%	14%	40%	51%	41%
Dimanche Dernière Heure	6%	3%	5%	5%	5%	3%	8%	5%	4%	4%
Dimanche Matin	38%	43%	20%	38%	36%	39%	42%	15%	12%	9%
Echos Vedettes	23%	17%	25%	27%	30%	22%	22%	22%	24%	32%
Sunday Express	6%	—	•	•	•	2%	10%	4%	—	—
Nouvelles Illustrées	7%	6%	14%	10%	11%	10%	5%	14%	10%	14%

• Moins de 0.5%

** Source : les données ABC pour 1976

TABLEAU: 69b

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS NATIONAUX A TRAVERS LES REGIONS ADMINISTRATIVES DU QUEBEC POUR 1976**

L'ensemble	Tirage total N = 564 572	Région 1	Région 2	Région 3	Région 4	Région 5	Région 6	Région 7	Région 8	Région 9
Allo Police	N = 103 989	6%	6%	18%	8%	4%	45%	4%	6%	3%
Dimanche Dernière Heure	N = 35 673	1%	2%	13%	6%	2%	72%	1%	1%	1%
Dimanche Matin	N = 216 685	4%	1%	16%	7%	3%	66%	1%	1%	·
Echos-Vedettes	N = 132 067	3%	3%	19%	9%	3%	57%	2%	2%	2%
Sunday Express	N = 35 708	—	·	1%	·	1%	96%	1%	—	—
Nouvelles Illustrées	N = 40 450	3%	6%	23%	12%	5%	43%	4%	3%	3%

· Moins de 0.5%

** Source: Les données ABC pour 1976

TABLEAU: 70

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS REGIONAUX PAR REGIONS ADMINISTRATIVES AU QUEBEC POUR 1976**

	Tirage total N = 232 496 (100%)	**Région 1** N = 16 291 (100%)	**Région 2** N = 41 349 (100%)	**Région 3** N = 40 832 (100%)	**Région 4** N = 24 736 (100%)	**Région 5** N = 5 678 (100%)	**Région 6** N = 66 562 (100%)	**Région 7** N = 97 (100%)	**Région 8** N = 24 121 (100%)	**Région 9** N = 2 000 (100%)
Le Progrès de Thetford	2%	—	—	10%	—	—	—	—	—	—
Avant Poste Gaspésien	2%	23%	—	—	—	—	—	—	—	6%
La Parole	4%	—	—	—	33%	—	—	—	—	—
The Gleaner	2%	—	—	—	—	—	6%	—	—	—
Joliette Journal	4%	—	—	—	—	—	15%	—	—	—
Echo de Frontenac	1%	—	—	—	—	45%	—	—	—	—
Echo de Louiseville	3%	—	—	—	—	—	3%	—	—	—
La Voix Gaspésienne	2%	33%	—	—	18%	—	—	—	—	—
Echo de la Lièvre	2%	—	—	—	—	—	7%	100%	—	—
Peuple Courrier	4%	—	—	25%	—	—	—	—	—	—
La Voix des Mille-Iles	2%	—	—	—	—	—	6%	—	—	—

* Moins de 0,5%

** Source: Les données ABC pour 1976

TABLEAU: 70 (suite)

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS REGIONAUX PAR RETIONS ADMINISTRATIVES A QUEBEC POUR 1976**

(suite)	**Tirage total** N = 232 496 (100%)	**Région 1** N = 16 291 (100%)	**Région 2** N = 41 349 (100%)	**Région 3** N = 40 832 (100%)	Région 4 N = 24 736 (100%)	**Région 5** N = 5 678 (100%)	**Région 6** N = 66 562 (100%)	**Région 7** N = 97 (100%)	**Région 8** N = 24 121 (100%)	**Région 9** N = 2 000 (100%)
La Feuille d'Erable	2%	—	—	9%	1%	—	—	—	—	—
Progrès Echo	3%	45%	—	*	—	—	—	—	—	5%
Le St-Laurent	2%	—	—	12%	—	—	—	—	—	—
L'Etoile du Lac	3%	—	16%	—	—	—	—	—	—	—
La Frontière	4%	—	—	23%	—	—	—	—	42%	—
Progrès-Eclaireur	4%	—	—	—	—	9%	—	—	—	—
Le Courrier de Saint-Hyacinthe	5%	—	—	—	—	—	17%	—	—	—
Le Canada Français	5%	—	—	—	—	—	19%	—	—	—
L'Echo du Nord	*	—	—	—	—	—	2%	—	—	—
Progrès Dimanche	16%	—	84%	*	—	—	—	—	—	88%

TABLEAU: 70 (suite)

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS REGIONAUX PAR REGIONS ADMINISTRATIVES AU QUEBEC POUR 1976**

	Tirage total N = 232 496 (100%)	**Région 1** N = 16 291 (100%)	**Région 2** N = 41 349 (100%)	**Région 3** N = 40 832 (100%)	**Région 4** N = 24 736 (100%)	**Région 5** N = 5 678 (100%)	**Région 6** N = 66 562 (100%)	**Région 7** N = 97 (100%)	**Région 8** N = 24 121 (100%)	**Région 9** N = 2 000 (100%)
L'Echo d'Abitibi Ouest	*	—	—	—	—	—	—	—	7%	—
L'Echo Abitibien	3%	—	—	—	—	—	—	—	25%	—
L'Union des Cantons de l'Est	4%	—	—	3%	35%	—	—	—	—	—
Rouyn Noranda Press	*	—	—	—	—	—	—	—	4%	—
La Vallée de la Chaudière	1%	—	—	7%	—	—	—	—	—	—
Sommet Echo	1%	—	—	—	—	—	2%	—	—	—
Progrès de Valleyfield	2%	—	—	—	—	—	6%	—	—	—
The Star	*	—	—	—	—	—	—	—	2%	—
L'Argenteuil	1%	—	—	—	—	—	5%	—	—	—
The Watchman	1%	—	—	—	—	—	3%	—	—	—
La Sentinelle	1%	—	—	—	—	—	—	—	11%	—

* Moins de 0,5%

** Source: Les données ABC pour 1976

TABLEAU: 70 (suite)

REPARTITION DU TIRAGE TOTAL DES HEBDOS REGIONAUX PAR REGIONS ADMINISTRATIVES / QUEBEC POUR 1976**

(suite)	Tirage total N = 232 496 (100%)	Région 1 N = 16 291 (100%)	Région 2 N = 41 349 (100%)	Région 3 N = 40 832 (100%)	Région 4 N = 24 736 (100%)	Région 5 N = 5 678 (100%)	Région 6 N = 66 562 (100 %)	Région 7 N = 97 (100%)	Région 8 N = 24 121 (100%)	Région 9 N = 2 000 (100%)
Le Concorde	1%	—	—	—	—	—	5%	—	—	—
La Victoire	1%	—	—	—	—	—	3%	—	—	—
The Victory	1%	—	—	—	—	—	2%	—	—	—
L'Echo de La Tuque	1%	—	—	—	12%	—	—	—	—	—
L'Echo d'Amos	1%	—	—	—	•	46%	—	—	7%	—
Le Citoyen	1%	—	—	1%	•	—	—	—	—	—
L'Echo de Malartic	•	—	—	—	—	—	—	—	3%	—

qui est plus dispersé en fonction de la population anglophone extérieure à la région de Montréal. (cf. tableau 68b)

Dans l'ensemble, ces 6 grands quotidiens québécois s'accaparent 82% du tirage global tandis que les 18% qui restent se répartissent comme suit entre 7 autres quotidiens beaucoup plus "régionaux" de par leur rayonnement et l'ampleur de leur tirage:

Le Nouvelliste	5%	(97% dans sa région)
La Tribune	4%	(76% dans sa région)
Le Journal de Québec	4%	(82% dans sa région)
Le Devoir	2%	(66% dans sa région)
La Voix de l'Est	1%	(100% dans sa région)
Le Quotidien	1%	(99% dans sa région)

Un seul fait exception, le Devoir, qui a 16% de son tirage dans la région de Québec, tandis que l'autre 18% se répartit dans les 7 autres régions.

Analyse de la répartition des hebdos nationaux

38% du tirage total des hebdos nationaux revient à Dimanche Matin dont les 2 / 3 sont concentrés dans la région de Montréal. Près de la moitié du tiers, soit 16%, est divisée inégalement entre les 6 autres régions, la 9ième région comptant pour moins de 0,1% (cf. tableau 69b).

Echos Vedettes atteint 23% du tirage global des hebdos nationaux avec cependant un moins fort tirage, 57% dans la région de Montréal. 19% revient à la région de Québec, 9% à celle de Trois-Rivières tandis que l'autre 15% est partagé à peu près également entre les 6 autres régions.

Vient ensuite Allo Police avec 18% du tirage global dont sa plus forte concentration est dans la région de Montréal avec 45%; l'autre 55% se répartit comme suit:

Québec	18%
Trois-Rivières	8%
Nord-Ouest, Bas St-Laurent, Gaspésie et Saguenay-Lac St-Jean	6%
Cantons de l'Est et Outaouais	4%
Côte Nord	3%

L'hebdomadaire Nouvelles Illustrées tire à 7% de l'ensemble, Dimanche Dernière Heure et Sunday Express tirent à 6%; ces deux derniers avec une forte concentration dans la région de Montréal (respectivement 72 et 96%).

Analyse des hebdos régionaux

Ces hebdos sont au nombre de 39, selon les données ABC et atteignent dans l'ensemble un tirage de 232 496, soit moins de la moitié du tirage des 6 hebdos nationaux.

De ces 39 hebdos régionaux, 1 seul atteint un tirage de plus de 5%, c'est Progrès Dimanche avec 16% du tirage total et 84% de son tirage dans sa propre région, celle du Saguenay-Lac St-Jean (cf. tableau 70).

Nombre moyen de quotidiens par foyer dans chaque région administrative

Compte tenu du fait que nous ne possédions pas de données sur la pénétration totale des quotidiens et des hebdomadaires (1), nous avons voulu quand même donner une mesure approximative de cette pénétration globale; c'est pourquoi nous avons calculé un "nombre moyen" de quotidiens ou d'hebdos nationaux par foyer. Il est bien évident qu'il ne s'agit là que d'une moyenne; certains foyers peuvent souscrire à plusieurs quotidiens et d'autres, n'en recevoir aucun.

Nous avons établi cette mesure en divisant la totalité des quotidiens pénétrant dans une région par le nombre de foyers dans cette région.

(1) Que nous n'aurions pu obtenir que par une enquête auprès du public, en étudiant les comportements exclusifs et combinatoires de lecture des quotidiens et des hebdos, etc...

Voici le tableau combiné du nombre moyen de quotidiens et hebdomadaires par foyer par région administrative:

REGIONS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
QUOTIDIENS	0,26	0,45	0,73	0,61	0,62	0,57	0,9	0,17	0,40
HEBDOS	0,52	0,27	0,40	0,39	0,29	0,29	0,15	0,31	0,32

3) LA DISTRIBUTION DES JOURNAUX TELLE QUE VUE PAR LEURS RESPONSABLES

Nous avons interviewé huit (8) responsables de ce secteur dont 6 travaillent à Montréal, 1 à Québec et 1 à Rimouski. Quatre d'entre eux travaillent actuellement dans une maison spécialisée en distribution, deux sont à l'emploi direct d'un éditeur de quotidiens et deux sont des anciens directeurs de maisons de distribution. La plupart distribuent des quotidiens. Les distributeurs régionaux prennent également sous leur responsabilité certains hebdos régionaux.

Il y a présentement plusieurs distributeurs qui couvrent tantôt le Québec, tantôt une portion du territoire. Au niveau de tout le Québec, les distributeurs sont les suivants:

1. Messageries Dynamiques (Québécor). Spécialité: quotidiens
   hebdos et
   magazines

2. Distributions Eclair (Gesca). Spécialité: hebdos et magazines

3. Benjamin News. Spécialité: magazines

Les deux premiers appartiennent à des éditeurs. De plus, les principaux quotidiens (i.e. La Presse, Le Soleil, The Montreal Star, The Gazette) ont leurs propres services de distribution dans leur localité d'édition.

En dehors de ces localités, les éditeurs de quotidiens ont des contrats de distribution avec les distributeurs (e.g. La Presse et "Denis Jalbert Distribution" dans la région de Québec). Enfin, certains quotidiens, tel Le Devoir, s'appuient sur l'une ou l'autre des ressources disponibles: contrat avec The Gazette pour les camelots à Montréal et un contrat avec "Denis Jalbert Distribution" pour la région de Québec.

Au niveau des régions, les principaux distributeurs sont les suivants:

1. Denis Jalbert Distribution. Spécialité unique: quotidiens

2. Agence Provinciale. Spécialité: hebdos, magazines et livres

3. Les intermédiaires régionaux en contrat d'exclusivité avec les distributeurs provinciaux (e.g. M. Marcel Rouleau de Rimouski en contrat avec Les Distributions Eclair). De tels intermédiaires existent également et principalement dans les régions suivantes:

a) La Gaspésie au-delà de Ste-Anne-des-Monts (pour les hebdos nationaux et les magazines seulement;

b) Le Lac St-Jean

c) L'Abitibi

La plupart nous mentionnent que la principale difficulté consiste dans la distance, surtout en hiver. Ce qui entraîne que les dépenses d'essence et d'entretien de camions sont importantes. L'autre difficulté inhérente à la rationalisation des coûts est la "duplication" apparente des efforts, des ressources. Cette duplication tient à plusieurs facteurs:

i) le fait que les maisons de distribution appartiennent pour la plupart à des éditeurs de journaux, donc en compétition;

ii) les heures de tombée ainsi que les lieux d'édition sont distincts (même à Montréal, se transporter d'un coin à l'autre de l'île présente des retards inacceptables pour un éditeur qui veut être en kiosque le plus rapidement possible).

Nous avons parlé de duplication apparente parce qu'il s'agit là d'une difficulté que plusieurs ont essayé de résoudre, mais sans

tout le succès escompté. Ainsi, la route de l'Abitibi a été mise en commun en 1970, pendant 6 mois, entre Les Messageries Dynamiques et Les Distributions Eclair. L'expérience a été abandonnée à cause de la grande compétition entre les deux maisons. L'agent qui servait deux compagnies de distribution était considéré comme agent-double par ses confrères des deux compagnies. Toutefois, cette expérience qui a échoué entre deux compagnies à l'étendue du Québec, pourrait être envisagée ailleurs à plus petite échelle.

Nous savons que le rôle de médiation du gouvernement serait accepté. En fait, nous ne sommes pas convaincus qu'il y ait duplication: le quotidien de l'après-midi ne voudra sûrement pas changer son heure de tombée ou de sortie des presses pour plaire aux quotidiens du matin. L'inverse est également juste.

L'une des formules suggérée par plusieurs est que les compagnies de distribution n'appartiennent en aucune façon aux éditeurs. Selon certains, la formule suédoise de coopérative de distribution devrait s'appliquer ici. Cette formule est peut-être valable dans la distribution des livres, mais l'est de moins en moins pour les hebdos et les quotidiens (à cause des heures de sortie des presses et de la journée de parution). Il y a bien sûr des journaux où il y aurait la possibilité de compatibilité, et pour d'autres, aucunement. Alors, nous ne serions pas plus avancés puisque la duplication serait encore présente.

Interrogés sur le rôle de l'Etat dans la distribution, la très grande majorité (7 sur 8) n'envisagent pas l'intervention de l'Etat dans ce domaine. Pour plusieurs raisons pratiques, l'Etat ne pourrait pas offrir un meilleur service à meilleur coût; qu'on songe aux heures de sortie des presses, aux heures de livraison des journaux (cf. tableau 71). Enfin même si un produit est exposé sur les tablettes de tous les points de vente, cela ne veut pas dire pour autant qu'il va se vendre.

Le problème des régions éloignées, en ce qui a trait à la distribution des journaux, est fort complexe. Certains distributeurs parlent facilement de régions-problèmes quant à la rentabilité. Certain distributeur donne en effet des commissions supérieures à son agent dans ces régions. Enfin, soulignons que lorsque le public veut un journal, il l'obtient (e.g. la pénétration du Dimanche-Matin dans la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie). Le public mal desservi, c'est le public de la minorité (e.g. le lecteur du Devoir à Grande-Rivière).

Toutefois, il appert que certaines régions sont particulièrement bien desservies grâce à leur distributeur régional. Prenons par exemple le cas du Bas St-Laurent, où le distributeur régional s'occupe de 225 points de vente et a monté une équipe de 500 camelots. C'est ce qui explique pourquoi Dimanche-Matin pénètre dans 22,3% des foyers francophones et cette proportion est plus élevée qu'à Montréal (20,4%). Donc, lorsque le distributeur régional fait montre d'esprit d'initiative, la distribution s'en trouve mieux portante.

Enfin, et c'est là une critique fort juste, distribuer des journaux et des revues (principalement dans ce dernier cas), constitue une source privilégiée d'information sur la sensibilité du public, sur les centres d'intérêt des publics régionaux. Or, le premier à profiter de cette source d'information, c'est l'éditeur qui est le propriétaire de la maison de distribution. Il y a donc conflit d'intérêt qui favorise l'éditeur et non le client qui s'adresse à une maison pour distribuer son périodique ou hebdomadaire.

TABLEAU 71

GRILLE D'HEURE DE DISTRIBUTION DE CERTAINS HEBDOMADAIRES NATIONAUX EDITES A MONTREAL

	HEBDO 1 (2)		HEBDO 2		HEBDO 3	
DESTINATION	Départ (1)	Arrivée	Départ (1)	Arrivée	Départ (1)	Arrivée
Rimouski	22h	6h	22h	6h	22h	6h
Québec	1½h(3)	5h	1½h	5h	1½h	5h
Chicoutimi	21½h	3½h	21½h	3½h	21½h	3½h
Trois-Rivières	1h	6h	1h	6h	1h	6h
Sherbrooke	2½h	3½h	2½h	3½h	2½h	3½h
Hull	1½h	5h	1½h	5h	1½h	5h
Rouyn	21h	7h	21h	7h	21h	7h
Baie Comeau	22h	6h	22h	6h	22h	6h

(1) Il s'agit du départ de la boutique de l'imprimeur qui ne correspond pas nécessairement au lieu d'édition.

(2) Pour raisons de confidentialité, nous taisons le nom de l'hebdomadaire.

(3) Il s'agit bien de la nuit du samedi au dimanche.

CHAPITRE VI: L'estimé des revenus des quotidiens et hebdomadaires du Québec

ESTIME DES REVENUS

1) METHODOLOGIE

L'analyse de contenu nous a permis de connaître, pour chacun des journaux concernés par cette étude, la proportion d'espace commandité directement rétribué, ainsi que les pourcentages de cet espace occupés par de la publicité commerciale ou des annonces classées. (1)

Nous avons pu également calculer la surface annuelle totale en pouces carrés de chacun des journaux, surface qui nous était donnée par la formule suivante:

$$S = \left(\frac{L \times la \times nc}{ne} \right) . N$$

où

S — la surface totale en pouces^2;
L — la longueur (en po.) de la colonne;
la — la largeur (en po.) de la colonne;
nc — le nombre total de colonnes dans les exemplaires échantillonnés;
ne — le nombre d'exemplaires dans l'échantillon
N — nombre de jours de parution du journal considéré dans une année.

Enfin, nous pouvions connaître le tarif par ligne agate de la publicité générale et des annonces classées pour chacun des journaux (données du CARD de novembre 1976).

Comme nous disposions de données sur la surface couverte annuellement par la publicité ainsi que de tarifs par ligne agate, il nous a fallu trouver une méthode simple de calculer le **tarif pour une unité de surface** minimale pouvant servir ensuite de base au calcul des revenus publicitaires.

Sachant que l'on compte quatorze (14) lignes agates par pouce de longeur / colonne, nous avons décidé que cette unité de surface minimale serait de 1 pouce de longueur multiplié par la largeur de la colonne; ainsi par exemple, si la colonne d'un journal compte 2,6 pouces de largeur, l'unité de surface minimale serait de (1 pouce × 2,6 pouces) soit 2,6 pouces carrés, et le tarif pour cette unité de surface serait le suivant:

(tarif de la ligne agate × 14)

Il ne s'agit plus ensuite de calculer le nombre de fois où cette unité de surface se retrouve dans la surface totale annuelle consacrée à la publicité.

Dans la plupart des cas, le tarif par ligne agate est le même, qu'il s'agisse de publicité nationale ou locale (l'éditeur désignant celles-ci par l'appellation de publicité générale), ou d'annonces classées. On utilise alors la formule suivante pour obtenir le revenu total publicitaire:

Revenu total publicitaire — *

$$\frac{(\text{N. total de po}^2 \text{ annuels} \times \% \text{ espace commandité payant}).(\text{Tarif ligne agate} \times 14)}{\text{Unité de surface minimale}}$$

Si le tarif par ligne agate pour la publicité générale diffère du tarif pour les annonces classées, on aura recours à la formule suivante: **

$$\frac{(\text{N. total de po}^2 \text{ annuels} \times \% \text{ espace pub. générale}).(\text{tarif pub. gén.} \times 14)}{\text{Unité de surface minimale}}$$

plus: $\frac{(\text{N. total de po}^2 \text{ annuels} \times \% \text{ espace ann. classées}).(\text{tarif ann. classées} \times 14)}{\text{Unité de surface minimale}}$

(1) Voir dans l'annexe I: **Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée** et **Forme de l'information**, dans les quotidiens et les hebdomadaires.

A ce revenu publicitaire vient ensuite s'ajouter le revenu du tirage que nous avons calculé de la façon suivante: ...

... Tirage hebdomadaire (1) × 52 semaines × prix de l'exemplaire

Lorsque le prix de l'exemplaire différait la semaine et la fin de semaine, nous avons effectué des calculs séparés pour ces deux périodes de la semaine.

L'utilisation dans le calcul du revenu du tirage du prix **total** de l'exemplaire nous semble justifiable pour les raisons suivantes:

Nous ne disposions pas pour tous les journaux de la proportion du prix de l'exemplaire accordée au distributeur, au dépositaire et au camelot.

D'autre part, il s'agit d'un estimé des **revenus bruts**.

Notons enfin que la méthode utilisée dans le calcul de ces estimés des revenus a été rigoureusement la même pour tous les journaux concernés, ce qui nous permet une approche comparative dans l'analyse des résultats.

Enfin, mentionnons, d'autre part, que nous ne prenons pas en considération les aspects suivants du revenu publicitaire:

i) les escomptes de volumes

ii) les suppléments pour une position particulière de l'annonce dans le journal

iii) les revenus publicitaires des insertions

iv) les suppléments pour les jeux de couleurs

v) les tarifs combinés pour les journaux d'un même groupe

vi) les commissions aux agences de publicité

vii) les "ventes" faites à l'occasion de périodes moins bonnes pour la publicité.

Nous avons toutefois l'impression que dans le cas des quotidiens (les plus gros) nous sous-estimons les revenus publicitaires (e.g. encarts) et que dans le cas des autres, nous surestimons légèrement ces revenus.

2) LES REVENUS DES QUOTIDIENS

Pour l'ensemble des revenus des 14 quotidiens du Québec en 1976 estimés à $295 818 359, 71% proviennent de la publicité et 29% du tirage. C'est à Québec qu'on tire la plus grande proportion des revenus en provenance du tirage, soit 39%. (cf. le tableau 72).

Plus des 3/4 des revenus publicitaires dans les quotidiens se trouvent dans les quotidiens édités à Montréal. (Voir le tableau suivant):

(1) D'après les données du CARD de novembre 1976 qui, elles, sont basées sur les données d'ABC de l'année 1976.

Tableau 72

REPARTITION DE L'ENSEMBLE DES REVENUS DES QUOTIDIENS SELON LEUR LIEU D'EDITION

	% REVENU TOTAL PUBLICITAIRE	% REVENU TOTAL DU TIRAGE	% REVENU TOTAL
QUOTIDIENS DE MONTREAL	75	68	73
QUOTIDIENS DE QUEBEC	11	18	13
QUOTIDIENS DE PROVINCE	14	14	14
	100%	100%	100%

Par ailleurs, au tableau 73, nous constatons que les quotidiens de l'après-midi trouvent leurs revenus davantage dans la publicité (76% vs 59%). Toutefois, si on examine quel groupe de quotidiens retire la plus forte proportion des revenus de publicité, on se rend aisément compte que ce sont surtout les quotidiens de l'après-midi: 77% vs 23% (Tableau 74).

En analysant le tableau 75, on note que les quotidiens anglophones tirent davantage de revenus de la publicité que les quotidiens francophones (81% vs 67%). De plus, ceux-ci recueillent 67% de l'ensemble des revenus publicitaires dévolus pour l'ensemble des quotidiens du Québec.

Lorsqu'on examine le tableau 79, on peut constater que 2 quotidiens, soit les quotidiens Q4 et Q8 représentent 47% des revenus des quotidiens du Québec; de plus ces 2 quotidiens se partagent entre eux plus de 53% de l'ensemble des revenus publicitaires des quotidiens au Québec.

Enfin, précisons qu'en moyenne un quotidien au Québec a un chiffre d'affaires de $21 129 883 alors qu'un quotidien de Montréal a un chiffre d'affaires moyen de $35 832 949, celui de Québec $19 785 400 et celui de Province de $6 874 977.

3) LES REVENUS DES HEBDOMADAIRES(1)

En examinant le tableau 81, on peut constater que les hebdos nationaux d'allure de quotidiens de dimanche tirent leurs revenus principalement de la publicité (59%); tel n'est pas le cas des hebdos ludiques qui tirent le gros de leur revenu du tirage (plus de 87%).

Si, en moyenne, le chiffre d'affaires de l'hebdo national est de $2 792 933, celui de l'hebdo régional est de $999 963. L'hebdo régional non vendu a, par contre, un chiffre d'affaires moyen de $1 794 964. Toutefois, il faut souligner que deux hebdos nationaux représentent à eux seuls plus de 46% de l'ensemble des revenus des hebdos nationaux. De plus, 1 hebdo régional non vendu représente plus de 53% de l'ensemble des revenus des hebdos régionaux non vendus. D'ailleurs cet hebdo régional non vendu a un chiffre d'affaires plus grand que celui de 6 quotidiens. L'hebdo régional vendu a un chiffre d'affaires moyen de $946 024. De plus, prenons en note qu'un hebdo national tire 47% de ses revenus de la publicité, et l'hebdo régional 90%.

Enfin, soulignons que les hebdos régionaux tirent plus de 84% de leurs revenus de la publicité et cette proportion est de 100% pour les hebdos régionaux non vendus.

1) Ces données sont compilées pour les 49 hebdos analysés dans l'analyse de contenu.

TABLEAU 73

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI AU QUEBEC POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Quotidiens du matin	$ 48 085 528	59%	$33 887 750	41%	$ 81 973 278	100%
Quotidiens de l'après-midi	$162 623 332	76%	$51 221 749	24%	$213 845 081	100%
TOTAL	$210 708 860	71%	$85 109 499	29%	$295 818 359	100%

TABLEAU 74

REPARTITION DES REVENUS SELON LES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI

	% REVENU PUBLICITAIRE	% REVENU TIRAGE	% REVENU TOTAL
QUOTIDIENS DU MATIN	23	40	28
QUOTIDIENS DE L'APRES-MIDI	77	60	72
	100%	100%	100%

TABLEAU 75

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES AU QUEBEC POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Quotidiens anglophones	$ 69 970 024	81 %	$16 116 565	19 %	$ 86 086 589	100 %
Quotidiens francophones	$140 738 836	67 %	$68 992 934	33 %	$209 731 770	100 %
TOTAL	$210 708 860	71 %	$85 109 499	29 %	$295 818 359	100 %

TABLEAU 76

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES A L'EXTERIEUR DE MONTREAL POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Quotidiens anglophones	$ 821 541	76%	$ 258 843	24%	$ 1 080 384	100%
Quotidiens francophones	$52 700 994	66%	$27 039 282	34%	$79 740 276	100%

TABLEAU 77

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES DE MONTREAL POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	Pourcentage du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	Pourcentage du revenu	Revenu total (estimé)	Pourcentage du revenu total
Quotidiens anglophones	$69 148 483	81%	$15 857 722	19%	$85 006 205	100%
Quotidiens francophones	$88 037 842	68%	$41 953 652	32%	$129 991 494	100%

TABLEAU 78

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS DE MONTREAL, DE QUEBEC ET DE PROVINCE POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Quotidiens de Montréal	$157 186 325	73%	$57 811 374	27%	$214 997 699	100%
Quotidiens de Québec	$ 23 947 028	61%	$15 623 771	39%	$ 39 570 799	100%
Quotidiens de Province	$ 29 575 507	72%	$11 674 354	28%	$ 41 249 861	100%
TOTAL	$210 708 860	71%	$85 109 499	29%	$295 818 359	100%

TABLEAU 79

REVENUS BRUTS ESTIMES DES QUOTIDIENS DU QUEBEC POUR 1976

Identification du journal	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Total des revenus (estimé)
Q 1	$ 9 507 139	80%	$ 2 361 372	20%	$ 11 868 511 (100%)
Q 2	$ 2 155 616	78%	$ 604 594	22%	$ 2 760 210 (100%)
Q 3	$ 2 494 832	64%	$ 1 404 437	36%	$ 3 899 269 (100%)
Q 4	$ 46 730 128	83%	$ 9 785 669	17%	$ 56 515 797 (100%)
Q 5	$ 2 288 638	39%	$ 3 540 810	61%	$ 5 829 448 (100%)
Q 6	$ 21 658 390	64%	$12 082 961	36%	$ 33 741 351 (100%)
Q 7	$ 821 541	76%	$ 258 843	24%	$ 1 080 384 (100%)
Q 8	$ 64 659 307	79%	$17 678 765	21%	$ 82 338 072 (100%)
Q 9	$ 6 155 759	40%	$ 9 389 640	60%	$ 15 545 399 (100%)
Q 10	$ 16 103 776	56%	$12 629 331	44%	$ 28 733 107 (100%)
Q 11	$ 7 443 083	63%	$ 4 286 082	37%	$ 11 729 165 (100%)
Q 12	$ 7 153 296	72%	$ 2 759 026	28%	$ 9 912 322 (100%)
Q 13	$ 22 418 355	79%	$ 6 072 053	21%	$ 28 490 408 (100%)
Q 14	$ 1 119 000	33%	$ 2 255 916	67%	$ 3 374 916 (100%)
L'ensemble	$210 708 860	71%	$85 109 499	29%	$295 818 359 (100%)

TABLEAU 80

REVENUS BRUTS ESTIMES DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS ET NON VENDUS AU QUEBEC POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Hebdos régionaux vendus	$20 703 303	84%	$3 893 017	16%	$24 596 632	100%
Hebdos régionaux non vendus	$10 769 784	100%	————	———	$10 769 784	100%
Total des hebdos régionaux vendus et non vendus	$31 473 087	89%	$3 893 017	11%	$35 366 104	100%

TABLEAU 81

REVENUS BRUTS ESTIMES POUR LES HEBDOMADAIRES NATIONAUX QUOTIDIENS, LUDIQUES ET AUTRES POUR 1976 AU QUEBEC

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Hebdomadaires nationaux quotidiens	$ 6 985 497	59%	$ 4 880 268	41%	$11 865 765	100%
Hebdomadaires ludiques	$ 2 530 098	13%	$16 742 191	87%	$19 272 289	100%
Autres	$12 445 205	68%	$ 5 875 469	32%	$18 320 674	100%
Total	$21 960 800	44%	$27 497 928	56%	$49 458 728	100%

TABLEAU 82

REVENUS BRUTS ESTIMES DES HEBDOS REGIONAUX, (HEBDOS A-1 ET NON A-1) AU QUEBEC POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Total des hebdos régionaux	$31 473 087	89%	$3 893 017	11%	$35 366 104	100%
Hebdos A-1	$17 181 547	85%	$3 023 207	15%	$20 204 754	100%
Hebdos non A-1	$14 291 540	94%	$ 869 810	6%	$15 161 350	100%

TABLEAU 83

REVENUS BRUTS ESTIMES DES HEBDOMADAIRES REGIONAUX VENDUS AU QUEBEC POUR 1976

	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Revenu total (estimé)	% du revenu total
Journaux vendus	$ 17 347 809	85%	$3 192 681	15%	$20 540 490	100%
Journaux non vendus	$11 458 333	100%	—	—	$11 458 333	100%
Total des journaux vendus et non vendus	$ 28 806 142	90%	$3 192 681	10%	$31 998 823	100%

TABLEAU 84

REVENUS BRUTS ESTIMES DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX DU QUEBEC POUR 1976

Identification du journal	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Total des revenus (estimé)
N 1	$ 2 666 945	79%	$ 700 336	21%	3 367 281 (100%)
N 2	$ 538 746	18%	$ 2 503 883	82%	$ 3 042 629 (100%)
N 3	$ 519 198	48%	$ 572 135	52%	$ 1 091 333 (100%)
N 4	$ 574 462	38%	$ 922 501	62%	$ 1 496 963 (100%)
N 5	$ 208 083	14%	$ 1 292 782	86%	$ 1 500 865 (100%)
N 6	$ 145 746	11%	$ 1 202 365	89%	$ 1 348 111 (100%)
N 7	$ 67 748	9%	$ 693 368	91%	$ 761 116 (100%)
N 8	$ 90 964	8%	$ 1 006 533	92%	$ 1 097 497 (100%)
N 9	$ 213 981	8%	$ 2 383 243	92%	$ 2 597 224 (100%)
N 10	$ 6 156 293	63%	$ 3 610 308	37%	$ 9 766 601 (100%)
N 11	$ 254 742	42%	$ 347 459	58%	$ 602 201 (100%)
N 12	$ 6 579 866	55%	$ 5 303 334	45%	$11 883 200 (100%)
N 13	$ 109 217	9%	$ 1 117 210	91%	$ 1 226 427 (100%)
N 14	$ 510 007	18%	$ 2 323 443	88%	$ 2 833 450 (100%)
N 15	$ 171 226	14%	$ 1 009 986	86%	$ 1 181 212 (100%)
N 16	$ 257 627	14%	$ 1 639 477	86%	$ 1 897 104 (100%)
N 17	$ 216 753	14%	$ 1 569 901	86%	$ 1 786 654 (100%)
L'ensemble	$19 281 604	47%	$28 198 264	53%	$47 479 868 (100%)

TABLEAU 85

REVENUS BRUTS ESTIMES DE CERTAINS HEBDOMADAIRES REGIONAUX DU QUEBEC POUR 1976

Identification du journal	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Total des revenus (estimé)
R 1	$ 322 348	100%	—	—	$ 322 348 (100%)
R 2	$ 1 662 397	89%	$ 209 245	11%	$ 1 871 642 (100%)
R 3	$ 424 642	85%	$ 76 643	15%	$ 501 285 (100%)
R 4	$ 985 700	100%	—	—	$ 985 700 (100%)
R 5	$ 348 713	100%	—	—	$ 348 713 (100%)
R 6	$ 214 159	78%	$ 59 358	22%	$ 273 517 (100%)
R 7	$ 785 265	82%	$ 174 101	18%	$ 959 366 (100%)
R 8	$ 537 532	85%	$ 96 923	15%	$ 634 455 (100%)
R 9	$ 1 346 462	92%	$ 120 900	8%	$ 1 467 362 (100%)
R 10	$ 243 912	78%	$ 68 900	22%	$ 312 812 (100%)
R 11	$ 1 456 781	86%	$ 247 028	14%	$ 1 703 809 (100%)
R 12	$ 1 390 183	92%	$ 118 828	8%	$ 1 509 011 (100%)
R 13	$ 2 763 635	100%	—	—	$ 2 763 635 (100%)
R 14	$ 178 393	71%	$ 73 414	29%	$ 251 807 (100%)
R 15	$ 386 055	82%	$ 82 524	18%	$ 468 579 (100%)
R 16	$ 796 833	100%	—	—	$ 796 833 (100%)

TABLEAU 86 (suite de 85)

REVENUS BRUTS ESTIMES DE CERTAINS HEBDOMADAIRES REGIONAUX DU QUEBEC POUR 1976

Identification du journal	Revenu total publicitaire (estimé)	% du revenu	Revenu total du tirage (estimé)	% du revenu	Total des revenus (estimé)
R 17	$ 682 456	77%	$ 199 399	23%	$ 881 855 (100%)
R 18	$ 1 264 327	87%	$ 194 212	13%	$ 1 458 539 (100%)
R 19	$ 1 194 299	85%	$ 207 535	15%	$ 1 401 834 (100%)
R 20	$ 780 560	82%	$ 173 098	18%	$ 953 658 (100%)
R 21	$ 152 880	32%	$ 327 600	68%	$ 480 480 (100%)
R 22	$ 688 549	100%	—		$ 688 549 (100%)
R 23	$ 532 560	86%	$ 85 202	14%	$ 617 762 (100%)
R 24	$ 221 153	76%	$ 70 013	24%	$ 291 166 (100%)
R 25	$ 355 879	78%	$ 98 218	22%	$ 454 097 (100%)
R 26	$ 752 023	82%	$ 162 817	18%	$ 914 840 (100%)
R 27	$ 298 387	78%	$ 82 040	22%	$ 380 427 (100%)
R 28	$ 279 311	100%	—	—	$ 279 311 (100%)
R 29	$ 544 138	83%	$ 113 818	17%	$ 657 956 (100%)
R 30	$ 1 341 707	90%	$ 150 865	10%	$ 1 492 572 (100%)
R 31	$ 194 887	100%	—	—	$ 194 887 (100%)
R 32	$ 5 680 016	100%	—	—	$ 5 680 016 (100%)
L'ensemble	$28 806 142	90%	$3 192 681	10%	$31 998 823 (100%)

CHAPITRE VII: Une prospective

PROSPECTIVE

AVANT-PROPOS

La prospective dégagée ici s'appuie assurément sur les données antérieures mais aussi sur d'autres données de recherches sur la presse écrite au Québec depuis plusieurs années. Malheureusement, nous n'avons pu dédouaner toutes les informations nécessaires de sorte que certains résultats de recherches demeurent confidentiels. Néanmoins, on ne peut maintenant faire abstraction de tout ce que l'on sait sur les journaux.

1) EN SUIVANT LES TENDANCES

Les hebdomadaires régionaux vont prendre de plus en plus de place mais à un rythme de progression très lent. Les hebdomadaires régionaux anglais vont éprouver de plus en plus de difficultés et, s'ils sont laissés aux seules forces du marché de lecteurs, devraient disparaître à court terme, sauf pour l'hebdo de Huntingdon.

Les hebdos dits "quotidiens du dimanche" peuvent éprouver beaucoup de difficultés quant à leur tirage: il en est de même pour les hebdos nationaux indiqués.

2) LES DIFFICULTES DES QUOTIDIENS

La crise des quotidiens n'est pas propre au Québec: que ce soit en France ou aux Etats-Unis, pour être un quotidien aujourd'hui il faut surmonter de graves difficultés. La principale est la défection des lecteurs à l'égard des quotidiens. Le chapitre sur la demande nous montre que la proportion de non-lecteurs de quotidiens, du moins chez les francophones de 15 ans et plus de Montréal, est passée d'environ 20% en 1969 à 37% en 1976.

C'est là non seulement le principal obstacle au développement des quotidiens, mais aussi le cancer qui ronge leur existence. Dans la même optique, lorsqu'on analyse l'évolution du tirage, on se rend compte que le tirage des quotidiens du matin prend de plus en plus d'importance au fil des années. Tout se passe alors **comme si la lecture des quotidiens du matin était le lieu de passage, l'étape de la lecture des quotidiens de l'après-midi à la non-lecture de quotidiens.**

Pour situer l'hebdomadaire dans cette évolution, il faut distinguer entre l'hebdomadaire régional, l'hebdomadaire national, l'hebdo ludique et l'hebdo distribué gratuitement. L'hebdo régional vendu va, semble-t-il, accroître ses lecteurs et, partant, son tirage, mais à un rythme très lent.(1) Quant aux hebdos nationaux ludiques et quotidiens du dimanche, les difficultés de demain sont déjà présentes. Déjà le tirage d'un hebdo national connu de la région métropolitaine croule dangereusement. Quant à l'hebdo distribué gratuitement à la maison, même s'il est fort décrié dans les milieux journalistiques, il peut présenter, à notre avis, un concurrent très sérieux pour canaliser la publicité aux consommateurs. On sait, par exemple, qu'un certain grand quotidien est moins lu à Laval et sur la Rive Sud que les deux hebdos distribués gratuitement.

Si nous insistons sur le journal distribué gratuitement, c'est que la publicité le rend rentable, étant donné qu'elle présente dans le cas de ces journaux la presque totalité des revenus. Certes, c'est encore la publicité locale qui les alimente mais il pourrait arriver que la publicité quasi nationale (e.g. celle des grands magasins) décide de se faire véhiculer par eux étant donné que ces journaux non vendus **pénètrent dans le foyer.** C'est là une caractéristique importante pour les annonceurs (temps de lecture plus grand, plus grande exposition aux enfants et à la femme québécoise qui lit beaucoup moins que les hommes, etc., enfin une plus grande disponibilité à la lecture des messages publicitaires) que les quotidiens peuvent obtenir en développant **la distribution par camelots.**

La compétition entre le journal non vendu et le quotidien, du moins en marché urbain, sinon montréalais, s'annonce très vive et l'avenir de cette concurrence ne saurait être tranché immédiatement. On sait que la distribution de porte-à-porte des journaux non

(1) Il n'est pas exclus également que la non-lecture l'affecte plus tard dans 5 ou 10 ans.

vendus ou des circulaires pénètre effectivement de 60 à 65% des foyers (re. l'indiscipline des porteurs, le manque de qualification, les faibles revenus d'une telle occupation), alors que la proportion de lecture de l'ensemble des quotidiens est présentement de 65% à Montréal. On voit donc pourquoi certains annonceurs hésitent maintenant.

Pour parler de la disparition de titres précis de quotidiens ou d'hebdos, il faudrait être certain de tout contrôler. En effet, même si nous contrôlons les revenus du marché, ainsi que le tirage, d'autres variables sont plus difficilement mesurables; il est possible que ce soit le public grâce à des souscriptions, soit le personnel de rédaction et de direction (en réduisant leur salaire), soit l'Etat en intervenant par des subventions, qui décident dans un geste volontaire de contrecarrer les forces du marché. Néanmoins, nous soupçonnons les éventualités suivantes d'avoir une bonne probabilité d'apparition:

a) la disparition des hebdos régionaux de langue anglaise (sauf exception)

b) les difficultés énormes des quotidiens de langue anglaise à l'extérieur de Montréal

c) la diminution du nombre de quotidiens tant de langue française que de langue anglaise sur le marché de Montréal.

d) la floraison des magazines centrés sur les activités de loisirs

e) l'émergence de super-média écrits.

Par super-média écrits nous entendons le quotidien qui occupe toute la place tant celle des quotidiens de Montréal et en province, que celle des hebdos et éventuellement celle des magazines. Nous songeons ici au concept du Toronto Star et du New York Times qui deviennent les plus difficiles à classer uniquement dans l'une ou l'autre catégorie. Par exemple, la lecture de La Presse du samedi est fort différente de la lecture de La Presse en semaine. Nous croyons que ces super-média écrits peuvent être au nombre de deux pour l'ensemble du Québec.

3) LES POINTS DE REPERE DE L'AVENIR DE LA PRESSE ECRITE

Les signaux d'alerte de ces phénomènes quant à leur probabilité d'éventualité sont les suivants:

a) ce qui se passe sur le marché de Montréal. Dans les comportements de lecture (cela est moins vrai pour d'autres aspects tels que la télévision), le marché de Montréal précède de quelques années ce qui est adopté par la suite par l'extérieur de Montréal

b) la pénétration des journaux dans les foyers, ainsi que le temps de lecture par titre de publication

c) la proportion de la population qui abandonne la lecture des quotidiens

d) les décisions dans un court terme des annonceurs et principalement des annonceurs des grands magasins à rayons

e) les obstacles à la consolidation des ressources humaines, technologiques et financières des quotidiens (e.g. le syndicalisme, l'Etat)

f) les développements technologiques dans la télé-transmission des caractères d'imprimerie.

4) LES UTOPIES TECHNOLOGIQUES

Lorsqu'on se penche sur l'avenir de la presse écrite, on est confronté inévitablement avec les utopies des technologies de communication audio-visuelle. Si ces dernières pointent dans la direction d'une "démassification" de la communication audio-visuelle (e.g. Le Betamax de Sony, la vidéo-cassette), le terrain de la supériorité des journaux, nous ne pensons pas encore que cette compétition doive être envisagée avant 10 ou 15 ans. En effet, le développement de ces technologies ne saurait faire abstraction des considérations de coûts, qui eux-mêmes sont fonction de la demande du public.

Deux principales raisons militent en faveur de cette argumentation:

i) le public n'achète pas des "gadgets" technologiques en soi, mais dans la mesure où ceux-ci donnent accès à des programmations, des contenus jugés valables.

ii) toute technologie nouvelle doit passer le test du marché et on connaît l'exemple de l'aventure du vidéo-phone.

Nous ne croyons pas, par exemple, qu'à court terme, le câble supplante l'hebdomadaire régional ou le magazine. Assurément, il est déjà possible de transmettre sur le câble l'alpha-numérique de l'information écrite de l'hebdo (à ce titre le câble ne peut être considéré comme un substitut ou un concurrent de l'hebdo mais plutôt comme un support de l'hebdomadaire). Par ailleurs, si le câble veut concurrencer l'hebdo par la transmission audio-visuelle d'événements locaux ou régionaux (techniquement possible), il ne faut pas oublier que les considérations économiques auront tôt fait de calmer les ardeurs des câblo-éditeurs. En effet, les considérations de coûts sont primordiales: transmettre la voix et l'alpha-numérique coûte beaucoup moins cher que le transport de l'image.

CHAPITRE VIII: Quelques suggestions

SUGGESTIONS

Ces suggestions sont émises humblement et proviennent en très grande partie des nombreuses informations que nous avons su glaner sur la situation des quotidiens et hebdomadaires au Québec.

Notre perspective pour l'intervention de l'Etat en cette matière, si nécessité il y a, est double:

1) les difficultés croissantes des quotidiens ne sont pas les mêmes que celles des hebdomadaires. A courte échéance, le quotidien est plus menacé que l'hebdo.

2) la lecture des journaux n'est pas tant un privilège qu'un besoin exprimé par le marché. A ce titre, le lecteur est en définitive celui qui décide de ce qu'il aime avoir à lire.

1) La distribution des journaux

Nous avons vu, au chapitre de la distribution des journaux, que le gouvernement pourrait agir en ayant un rôle fort peu actif. Ce rôle de catalyseur pourrait servir à réduire la duplication dans certaines régions (nous pensons ici au Bas St-Laurent). Cet effort de rationalisation des coûts, plus facile à obtenir avec les hebdos et les revues, s'il réussit, pourrait se répercuter dans l'ouverture de nouvelles "routes" de distribution, pour les endroits vraiment éloignés.

Le rôle du gouvernement pourrait être également de **suggérer** aux principaux distributeurs de se partager la distribution de certaines revues ou encore certains hebdomadaires dit non rentables pour les distributeurs, parce que segmentés; v.g. Québec Science. Cette expérience avait été mise sur pied voilà quelques années mais tenait seulement à la bonne volonté des deux directeurs de deux firmes de distribution québécoises (Messageries et Eclair).

2) LE PUBLIC ET L'INFORMATION "CIVIQUE"

A) Quelques considérations

Malgré tout le discours débité jusqu'à maintenant, on peut encore se demander où vont les citoyens pour trouver l'information nécessaire pour leurs rôles de citoyens et d'administrés.

En effet, l'analyse conduite jusqu'à maintenant, nous entraîne à reconnaître implicitement que cette question est peu importante. Loin de conclure ainsi, nous jugeons que cette question mérite d'être débattue dans un contexte plus large que celui de l'étude des journaux.

Dans une excellente étude (1), faite aux Etats-Unis sur cette question, des auteurs américains nous montrent que (et nous sommes prêts à reprendre ces hypothèses pour le Québec) les mass-média sont moins utilisés que le réseau de relations primaires (telle la famille) ou encore les appareils administratifs sauf dans le cas d'une banlieue plus scolarisée.

Dans les 3 banlieues étudiées, les journaux sont plus consultés que la radio et la télévision, lorsqu'il s'agit d'aller chercher de l'information utilitaire. Toutefois, l'information utilitaire n'équivaut pas toujours à de l'influence de sorte que la relation avec la formation des attitudes renvoie à une autre problématique. Enfin, notons qu'il existe en plus, fort probablement, une interaction entre les mass-média et les relations interpersonnelles primaires de sorte que l'on peut s'interroger sur la source d'informations "civiques" que le citoyen a à sa disposition.

Toutefois, nous ne pouvons ni ne voulons conclure qu'une région, qu'un titre de publication en particulier n'a pas ces informations civiques. En effet, notre constat est que les lecteurs de toutes catégories, ont les journaux qu'ils désirent obtenir.

B) Le besoin d'une commission d'enquête officielle

Nous suggérons que le ministère des Communications aborde dans une Commission officielle d'enquête (à confier ou non au Conseil de Presse) l'économique de la presse écrite au Québec. Nous suggérons que la question de l'origine de l'information du citoyen soit dissociée de la question de la

(1) Williams, F. et alii "Where Citizens Go for Information", in **Journal of Communication**, hiver 1977, vol. 27, no. 1, page 95-97

concentration de la presse écrite, qui, nous semble-t-il, est un processus actuel inévitable. En effet, au cours de nos propres démarches de cueillette d'information et cela en dépit de nos contacts excellents dans ce milieu, nous n'avons pu mettre la main sur les coûts d'opération des quotidiens et de leurs maisons de distribution. Si l'évolution actuelle tend vers la concentration et éventuellement vers la bipolarisation des quotidiens, hebdomadaires et maisons de distribution, nous croyons que le public est en droit de connaître la légitimité d'un tel processus, sans que les informations ainsi divulguées ne mettent en danger les positions concurrentielles des entreprises. Nous souhaitons que cette Commission d'enquête, loin d'être tatillonne en procédant à l'établissement de la vérité sur le mode juridique du témoignage assermenté susceptible d'être passé au crible par des batteries d'avocats (e.g. La Régie des Services Publics), établisse au contraire les faits.

De plus, cette Commission d'enquête devrait indiquer clairement:

i) comment le citoyen s'informe si l'abandon de la lecture des quotidiens se confirme et si le public passe de plus en plus à la lecture des quotidiens du matin,

ii) si les mass-média autres que le quotidien et l'hebdomadaire informent objectivement(1) les citoyens,

iii) si les sources autres que les mass-média (tels les réseaux de parenté, groupes primaires, les appareils administratifs et législatifs, leaders d'opinion) véhiculent l'information à la base, en la relayant, en l'amplifiant ou en la déformant.

3) SUGGESTIONS SPECIFIQUES

Nous suggérons que le ministère des Communications du Québec (MCQ) entreprenne les actions et les études suivantes:

a) la redéfinition des zones d'influence socio-économiques des journaux. Présentement, le travail est laissé entre les mains de l'Audit Bureau of Circulation. Cet organisme qui, en général, exécute un excellent travail s'est donné des règles d'opérations très contraignantes (e.g. l'unanimité des journaux pour la redéfinition d'une zone particulière) et ne peut, par conséquent, modifier la situation présente dans certaines régions du Québec.

Ce travail de redéfinition doit se faire en collaboration avec l'industrie et les maisons de recherches, ce à quoi consentent déjà les leaders de l'industrie des quotidiens au Québec.

b) que le MCQ constitue une banque de données sur les journaux du Québec. Cela comprend aussi bien les résultats que les instruments de cueillette d'informations, les cartes mécanographiques et les rubans magnétiques.

Plusieurs recherches sont déjà disponibles et peuvent être centralisées sans que le MCQ soit le maître-d'oeuvre de ses recherches. Il serait bon d'avoir dans un seul endroit, non pas seulement les exemplaires des journaux (e.g. les Archives Nationales) mais aussi cette banque de données.

Pour plusieurs considérations, nous indiquons que cela presse et n'implique pas nécessairement beaucoup de frais de la part du MCQ.

c) Dans le même souffle, nous aimerions que cet organisme tri-partite (MCQ, industries et maisons de recherches) soit tenu au courant de la progression des circulaires et des journaux non-vendus, puisque ceux-ci ne produisent généralement pas de données de recherches sur leur activité. Peut-être y a-t-il lieu que les imprimeurs ainsi que les distributeurs spécialisés en circulaires et journaux non-vendus renseignent cet organisme tri-partite.

d) Nous suggérons que la concentration inévitable, et à longue échéance peut-être souhaitable, de la presse écrite soit surveillée afin que les journaux à publics segmentés, incluant les journaux non regroupés dans les

(1) L'étude de Sorecom de 1973 indiquait subjectivement les sources d'information en demandant aux individus de nous renseigner sur ces sources d'information. De plus, l'enquête actuelle du CRTC a pour but d'examiner le bien fondé des plaintes à l'égard de Radio-Canada sans faire l'analyse du contenu des émissions de Radio-Canada, ou des autres chaînes de télévision et de radio-diffusion.

futurs conglomérats de presse, ne rencontrent pas de difficultés quant à leur distribution. Les possibilités de cartellisation au niveau d'ententes sur les prix de l'exemplaire, quoique déjà présentes dans une certaine mesure, sont probablement à surveiller bien que le danger ne soit pas si grand. En effet, s'entendre sur un prix élevé des exemplaires de journaux peut jouer également à l'encontre de ceux qui procèdent à ces ententes (e.g. l'abandon de la lecture des quotidiens).

e) Une étude complète devrait être assurée sur la non-lecture de quotidiens et d'hebdomadaires. Nous savons maintenant que cela va en progressant ; nous savons que ce sont surtout les femmes, les moins scolarisés et les jeunes qui abandonnent la lecture des quotidiens et hebdomadaires. Cette étude devra être faite en collaboration avec l'industrie de la presse écrite.

f) Si nous savons maintenant que la majorité, sinon toutes les régions administratives reçoivent les journaux qu'elles désirent, nous n'en savons rien au niveau des petites localités éloignées (e.g. Percé, Ville-Marie et Petit-Saguenay). Des monographies pourraient être entreprises dans ces localités ou d'autres de même nature.

LES ANNEXES

TABLE DES MATIERES DES ANNEXES

Pages

ANNEXE 1: PRESENTATION DES GROUPES DE PRESSE 197

1) Groupe Québécor 199

2) Groupe Uni-Media 199

3) Groupe Desmarais 200

4) Groupe Robidoux 200

ANNEXE 2: ENUMERATION DES QUOTIDIENS ET DES HEBDOS DU QUEBEC SELON LES DIVERSES REGIONS ADMINISTRATIVES 201

Région 1: Bas St-Laurent / Gaspésie 203

Région 2: Saguenay / Lac St-Jean 203

Région 3: Québec 204

Région 4: Trois-Rivières 205

Région 5: Cantons de l'Est 206

Région 6: Montréal 206

Région 7: Outaouais 210

Région 8: Nord-Ouest 211

Région 9: Côte-Nord 211

ANNEXE 3: LA PONDERATION 213

ANNEXE 4: ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES JOURNAUX CONSIDERES DANS CETTE ETUDE 221

ANNEXE 5: DONNEES STATISTIQUES SUR LE CONTENU POUR CHACUN DES JOURNAUX CONCERNES PAR L'ETUDE 229

ANNEXE 6: DONNEES SUPPLEMENTAIRES OBTENUES DIRECTEMENT DE DIVERS JOURNAUX DU QUEBEC 261

ANNEXE 7: ENTREVUE AVEC LE MINISTERE DES POSTES 267

ANNEXE 8: DESCRIPTION DES CATEGORIES DE JOURNAUX UTILISEES DANS CE RAPPORT 271

TABLE DES MATIERES DES TABLEAUX EN ANNEXES

		Pages
TABLEAU A 1	Pondération utilisée dans cette étude pour les quotidiens	216
TABLEAU A 2	Pondération utilisée dans cette étude pour les hebdomadaires	217
TABLEAU A 3	Erreurs d'échantillons attribuables à des proportions échantillonnées de divers niveaux de proportion selon le nombre de sous-unités échantillonnées pour chacun des quotidiens	223
TABLEAU A 4	Erreurs d'échantillons attribuables à des proportions échantillonnées de divers niveaux de proportion selon le nombre de sous-unités échantillonnées pour chacun des hebdomadaires	224
TABLEAU A 5	Distribution procentuelle de l'information commanditée et non-commanditée dans les quotidiens	231
TABLEAU A 6	Source et traitement de l'information dans les quotidiens	232
TABLEAU A 7	Provenance de l'information dans les quotidiens	233
TABLEAU A 8	Forme de l'information dans les quotidiens	234
TABLEAU A 9	L'objet de l'information dans les quotidiens	235
TABLEAU A 10	Distribution procentuelle de l'information commanditée et non commanditée dans les hebdomadaires	236
TABLEAU A 11	Source et traitement de l'information dans les hebdos	241
TABLEAU A 12	Provenance de l'information dans les hebdos	246
TABLEAU A 13	Forme de l'information dans les hebdos	250
TABLEAU A 14	L'objet de l'information dans les hebdos	255
TABLEAU A 15	Taux de réponse aux questionnaires envoyés aux journaux du Québec	263
TABLEAU A 16	Pourcentage des revenus selon divers modes pour les quotidiens, les hebdomadaires ABC et non-ABC	263
TABLEAU A 17	Proportion du prix de l'exemplaire accordée aux maisons de distribution par les hebdomadaires régionaux ABC et non-ABC	264
TABLEAU A 18	Proportion du prix de l'exemplaire accordée aux maisons de distribution par les quotidiens	264
TABLEAU A 19	Utilisation de services de presse spécialisés par les quotidiens et hebdomadaires du Québec	265
TABLEAU A 20	Quelques renseignements juridiques sur les journaux	266

TABLE HORS-TEXTE

Page

Importance relative des quotidiens du matin et de l'après-midi dans l'ensemble du tirage des quotidiens du Québec pour la période 1960-1976 **(1 carte)** 277

ANNEXE 1:

PRESENTATION DES GROUPES DE PRESSE

Nous présentons ci-dessous la liste des entreprises liées au monde de la presse uniquement. L'appartenance d'une entreprise à un groupe est basée sur le fait que les actions ordinaires d'une entreprise sont la propriété d'un groupe. Nous n'avons pas eu accès toutefois, aux talons des certificats d'actions ordinaires, ni aux certificats eux-mêmes. Nous nous appuyons sur l'information obtenue au cours d'entrevues.

Enfin, les garanties de prêts, les prêts d'un groupe consentis à l'égard d'une entreprise, les contrats d'exclusivité (avec les distributeurs) ainsi que les contrats de services à long terme (e.g. le Groupe Robidoux) ne sont pas considérés normalement comme étant révélateurs de la notion de propriété.

Par ailleurs, la propriété d'une entreprise "X" par l'entreprise "Y", qui est elle-même la propriété de Monsieur "Z" est réputée comme étant la propriété de Monsieur "Z".

1) GROUPE QUEBECOR

Quotidiens:
- Le Journal de Montréal
- Le Journal de Québec

Hebdos nationaux:
- Echos-Vedettes
- Grand Journal Illustré
- Le Journal des Vedettes
- Télé-Radiomonde
- Le Nouveau Samedi
- Nouvelles Illustrées
- Photos-Vedettes
- Sunday Express

Hebdos régionaux:
- Le Nordic (Hauterive)
- La Frontière (Rouyn-Noranda)
- Le Réveil (Jonquière)
- Les Echos Abitibiens (Baie de James, Malartic, La Sarre, Val d'Or, Matagami, Amos)

Magazines:
- 10 magazines américains
- Vivre

Distribution:
- Messageries Dynamiques

Imprimerie:
- Imprimerie Montréal Magog Limitée
- Imprimerie Montréal Offset
- Imprimerie Dumont
- Graphic Web (Toronto)
- Imprimerie des Echos Abitibiens

Autres:
- Les Encres du Québec

2) GROUPE UNI-MEDIA

Quotidiens:
- Le Soleil
- Le Quotidien

Hebdos nationaux:
- Dimanche-Matin
- Dimanche Dernière Heure

Hebdos régionaux:
- La Parole (Drummondville)
- Le Progrès-Dimanche

Hebdos de districts urbains:
- Journaux métropolitains dont:
  - L'Avenir de l'Est
  - Le Flambeau
  - Le Guide du Nord
  - Le Journal de Rosemont
  - Les Nouvelles de l'Est
  - St-Léonard
  - Nouveau Rosemont
  - Le Courrier Laval

Distribution:
- Les Distributions Eclair

Imprimeries:
- Montréal Granby Ltée

3) **LE GROUPE DESMARAIS**

Quotidiens:
- La Presse
- Montréal-Matin
- La Voix de l'Est (Granby)
- La Tribune (Sherbrooke)
- Le Nouvelliste (Trois-Rivières)

Distributions:
- Distributec

Autres:
- Abonnec 5
- Probec
- Les Editions de la Presse

4) **LE GROUPE ROBIDOUX**

Hebdos nationaux:
- Photo-Journal
- La Patrie
- Le Petit Journal

ANNEXE 2:

ENUMERATION DES QUOTIDIENS ET DES HEBDOS DU QUEBEC SELON LES DIVERSES REGIONS ADMINISTRATIVES

REGION 1 BAS ST-LAURENT - GASPESIE

Aucun quotidien

Aucun hebdo national

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Amqui	L'Avant-Poste Gaspésien	4 566	(ABC)	Mercredi
Cap-aux-Meules	Le Madelinot	*	(SWN)	Jeudi
Gaspé	Le Pharillon Voyageur	5 575	(SWN)	Mercredi
	Gaspésie Madeleine Spec	5 000	(SWN)	Mercredi (aux 3 semaines)
Matane	La Voix Gaspésienne	6 216	(ABC)	Mercredi
Mont-Joli	L'Information	7 200	(SWN)	Mercredi
New Richmond	Le Journal Chaleur	4 200	(SWN)	Mercredi
Rimouski	Le Progrès Echo	9 566	(ABC)	Mercredi
	Le Rimouskois	11 750	(SWN)	Mercredi

REGION 1: 9 HEBDOS REGIONAUX

REGION 2: SAGUENAY - LAC ST-JEAN

Quotidien:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Chicoutimi	Le Quotidien	22 507	(ABC)	Lundi au samedi

Hebdos régionaux:

Alma	Le Lac St-Jean	7 750	(SWN)	Mercredi
Chibougamau	La Sentinelle	2 687	(ABC)	Mercredi
Chicoutimi	Progrès-Dimanche	38 480	(ABC)	Dimanche
Dolbeau	Le Point	9 600	(SWN)	Mercredi
Jonquière	Le Réveil au Saguenay	19 000	(SWN)	Mercredi
	Le Nordic	14 900	(SWN)	Mercredi
Roberval	L'Etoile du Lac	6 348	(ABC)	Mercredi

REGION 2: 1 QUOTIDIEN, 7 HEBDOS REGIONAUX

* Données non disponibles

REGION 3 QUEBEC

Quotidiens:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Québec	Le Journal de Québec	45 395	(ABC)	Lundi au samedi
	Le Soleil	148 397	(ABC)	Lundi au samedi

Hebdos régionaux:

Baie St-Paul	Le Confident	6 500	(SWN)	Mercredi
Charlesbourg	La Semaine	21 500	(SWN)	Mercredi
	La Vie	25 000	(SWN)	Mercredi
Disraeli	Le Journal de Wolfe	3 400	(SWN)	Mercredi
Lac Etchemin	La Voix du Sud	5 000	(SWN)	Mercredi
La Guadeloupe	Le Journal de Frontenac	3 400	(SWN)	Mercredi
La Malbaie	Le Confident de la Rive Nord	6 500	(SWN)	Mercredi
	Plein Jour Charlevoix	8 500	(SWN)	Mercredi
Lévis	Le Peuple Tribune	10 000	(SWN)	Mercredi
Limoilou	Le Courrier de Limoilou	*	(SWN)	Mercredi
Montmagny	Peuple Courrier	10 956	(ABC)	Mercredi
Neuville	Hebdo de Portneuf	7 000	(SWN)	Lundi
Québec	Quebec Chronicle Telegraph	*	*	Mercredi
Rivière-du-Loup	Le Saint-Laurent	7 296	(ABC)	Mercredi
St-Georges de Beauce	Beauce Neuville	15 000	(SWN)	Mardi
	L'Eclaireur Progrès	11 605	(ABC)	Mercredi
St-Joseph de Beauce	La Vallée de la Chaudière	3 499	(SWN)	Vendredi
Ste-Marie de Beauce	Le Guide	*	(SWN)	Mercredi
Ste-Foy	L'Appel	6 000	(SWN)	Mercredi
	Rond Point	25 000	(SWN)	Mercredi
Thetford-Mines	L'Or Blanc	6 378	(SWN)	Mercredi
	Le Progrès de Thetford	6 000	(ABC)	Mardi

* Données non disponibles

REGION 3: QUEBEC (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Trois-Pistoles	Le Courrier	4 384	(SWN)	Mercredi
Valcartier	ADSUM	5 000	(SWN)	Mercredi

REGION 3: 2 QUOTIDIENS, 24 HEBDOS REGIONAUX

REGION 4 TROIS-RIVIERES

Quotidien:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Trois-Rivières	Le Nouvelliste	51 509	(ABC)	Lundi au samedi

Hebdos régionaux:

Cap de la Madeleine	Hebdo du Cap	13 825	(SWN)	Mercredi
Drummondville	L'Express	19 000	(SWN)	Mardi
	La Parole	9 300	(ABC)	Mercredi
	Le Voltigeur	21 000	(SWN)	Mercredi
La Tuque	L'Echo de La Tuque	3 060	(ABC)	Mercredi
Louiseville	L'Echo de Louiseville	6 554	(ABC)	Mercredi
Nicolet	Courrier-Sud	16 500	(SWN)	Mardi
Plessisville	La Feuille d'Erable	4 488	(ABC)	Jeudi
Shawinigan	Hebdo du St-Maurice	21 622	(SWN)	Mercredi
	La Voix de Shawinigan / Grand-Mère	*	(SWN)	Mercredi
St-Tite	Le Dynamique de la Mauricie	3 030	(SWN)	Mercredi
Trois-Rivières	Hebdo de Trois-Rivières	22 047	(SWN)	Mercredi
Victoriaville	La Nouvelle	29 000	(SWN)	Mardi
	L'Union des Cantons de l'Est	11 096	(ABC)	Mardi

REGION 4: 1 QUOTIDIEN, 14 HEBDOS REGIONAUX

* Données non disponibles

REGION 5 CANTONS DE L'EST

Quotidiens:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Sherbrooke	La Tribune	37 752	(ABC)	Lundi au samedi
	Record	6 637	(ABC)	Lundi au vendredi

Hebdos régionaux:

Asbestos	Le Citoyen	4 800	(SWN)	Mardi
Coaticook	Le Progrès	2 850	(SWN)	Mercredi
East Angus	Le Journal de Compton	2 800	(SWN)	Mercredi
	La Nouvelle	4 000	(SWN)	Mercredi
Lac Mégantic	L'Echo de Frontenac	4 706	(ABC)	Mercredi
Magog	Le Progrès de Magog	3 500	(VCP)	Mercredi
Rock Island	Stanstead Journal	2 492	(SWN)	Jeudi
Waterville	The Townships Sun	*	(SWN)	Lundi
Windsor	L'Etincelle	4 700	(SWN)	Mercredi

REGION 5: 2 QUOTIDIENS, 9 HEBDOS REGIONAUX

REGION 6 MONTREAL

Quotidiens

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Montréal	Le Devoir	28 922	(ABC)	Lundi au samedi
	The Gazette	116 193	(ABC)	Lundi au samedi
	Le Journal de Montréal	162 428	(ABC)	Lundi au dimanche
	Montréal Matin	121 117	(ABC)	Lundi au dimanche
	La Presse	184 155	(ABC)	Lundi au samedi
	The Montreal Star	172 623	(ABC)	Lundi au samedi
Granby	La Voix de l'Est	9 689	(ABC)	Lundi au samedi

* Données non disponibles

REGION 6 MONTREAL (suite)

Hebdos ludiques:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Montréal	Allo Police	114 579	(ABC)	Dimanche
	Echos Vedettes	137 576	(ABC)	Dimanche
	Grand Journal Illustré	*	(SWN)	Dimanche
	Le Journal des Vedettes	*	(SWN)	Dimanche
	Le Nouveau Samedi	*	(SWN)	Lundi
	Nouvelles Illustrées	*	(SWN)	Dimanche
	La Patrie	*	(SWN)	Samedi
	Petit Journal	*	(SWN)	Samedi
	Photo Journal	*	(SWN)	Samedi
	Photo Vedettes	57 806	(SWN)	Dimanche
	Télé-Radiomonde	*	(SWN)	Dimanche

Quotidiens du dimanche:

Montréal	Dimanche Dernière Heure	22 273	(ABC)	Dimanche
	Dimanche Matin	231 430	(ABC)	Dimanche
	Sunday Express	44 351	(ABC)	Dimanche

Autres:

Montréal	Les Affaires	6 778	(ABC)	Lundi
	TV Hebdo	254 968	(ABC)	Lundi
	Perspectives	743 510	(ABC)	Samedi

Hebdos régionaux:

Chambly	Le Journal	20 000	(SWN)	Mercredi
Beauharnois	L'Information Régionale	7 200	(SWN)	Mercredi
Bedford	Le Journal des Rivières	17 000	(SWN)	Jeudi
Beloeil	L'Oeil Régional	15 500	(SWN)	Mercredi
Boucherville	La Seigneurie	12 500	(SWN)	Mercredi
Cowansville	Le Guide	*	(SWN)	Mardi
	Le Yamaska	8 000	(SWN)	Mercredi
Farnham	L'Avenir de Brome-Missisquoi	8 700	(SWN)	Jeudi
	Le Missisquoi	2 100	(SWN)	Mercredi
Granby	La Nouvelle Revue	15 000	(SWN)	Mercredi
Hudson	Hudson Lake and Two Mountains Gazette	2 240	(SWN)	Jeudi

* Données non disponibles

REGION 6 MONTREAL (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Huntingdon	Gleaner	4 913	(ABC)	Mercredi
Joliette	Joliette Journal	10 671	(ABC)	Mercredi
	Journal L'Action	15 500	(SWN)	Mercredi
Lachute	L'Argenteuil	3 626	(ABC)	Mercredi
	Lachute Watchman	3 239	(ABC)	Mercredi
Laprairie	Le Reflet	15 000	(SWN)	Mercredi
Lachine	Lachine Messenger	19 000	(SWN)	Mercredi
LaSalle	LaSalle Messenger	*	(SWN)	Mardi
Laval	Courrier Laval	50 000	(SWN)	Mercredi
	Journal Régional des Comtés de Fabre et de Laval	*	(SWN)	Samedi
	Le Propriétaire de Laval	*	(SWN)	Mercredi
Longueuil	Le Courrier du Sud	80 000	(SWN)	Mercredi
Montréal	Le Courrier Métropolitain (Ahuntsic)	20 250	(SWN)	Mercredi
	Le Guide de Montréal Nord	33 000	(SWN)	Mercredi
	Le Guide de Mont-Royal	20 000	(SWN)	Mercredi
	Les hebdos métropolitains:			
	— L'Avenir de l'Est	26 000	(SWN)	Mardi
	— Flambeau de l'Est	35 000	(SWN)	Mardi
	— Guide du Nord	17 000	(SWN)	Mardi
	— Journal de Rosemont	23 500	(SWN)	Mercredi
	— Nouvelles de l'Est	34 000	(SWN)	Mardi
	— Hebdos St-Leonard and New Rosemont	31 000	(SWN)	Mardi
	The Monitor	36 500	(SWN)	Mercredi
	Le Progrès de Villeray	18 000	(SWN)	Mardi
	Le Progrès du Nord (Ahuntsic)	17 000	(SWN)	Mercredi
	Westmount Examiner	2 804	(SWN)	Jeudi
	The Suburban:			
	— Côte des Neiges Est	5 500	(SWN)	Mercredi
	— Côte des Neiges Ouest	6 000	(SWN)	Mercredi
	— Côte St-Luc	16 000	(SWN)	Mercredi
	— Dollard-des-Ormeaux	4 000	(SWN)	Mercredi
	— Laval (Chomedey)	6 700	(SWN)	Mercredi
	— Montréal Ouest	2 100	(SWN)	Mercredi
	— Nouveau-Bordeaux	3 000	(SWN)	Mercredi
	— Notre-Dame-de-Grâce	10 800	(SWN)	Mercredi
	— St-Laurent	6 500	(SWN)	Mercredi
	— Ville Mont-Royal	6 000	(SWN)	Mercredi

* Données non disponibles

REGION 6 MONTREAL (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Montréal	— Westmount	6 000	(SWN)	Mercredi
	Town of Mont-Royal Weekly	4 800	(SWN)	Jeudi
	La Voix Populaire	36 500	(SWN)	Mardi
Pierrefonds	North Shore News	8 800	(SWN)	Jeudi
	Cités Nouvelles	10 000	(SWN)	Jeudi
Pointe-Claire	News and Chronicle	18 000	(SWN)	Jeudi
St-Bruno	Edition Spéciale	24 000	(SWN)	Mardi
	Le Journal de St-Bruno	13 000	(SWN)	Mercredi
St-Eustache	L'Eveil des Marchands Unis	12 000	(SWN)	Lundi
	La Victoire	3 339	(ABC)	Jeudi
	The Victory	1 389	(ABC)	Mercredi
St-Hubert	Le Sudiste	34 600	(SWN)	Mercredi
St-Lambert	Métro Expansion	40 000	(SWN)	Mercredi
St-Laurent	St-Laurent News	31 000	(SWN)	Mercredi
Ste-Thérèse	Le Progrès	18 200	(SWN)	Mercredi
	Le Réveil des Consommateurs	10 000	(SWN)	*
	La Voix des Milles Iles	5 259	(ABC)	Mercredi
Terrebonne	La Revue de Terrebonne	5 800	(SWN)	Mercredi
Vaudreuil	L'Echo de Vaudreuil / Soulanges	10 000	(SWN)	Mardi
	L'Etoile de l'Outaouais St-Laurent	12 000	(SWN)	Jeudi
Verdun	Verdun Messenger	*	(SWN)	Mercredi
Repentigny	L'Artisan	20 000	(SWN)	Mercredi
Léry	Le Soleil du St-Laurent	28 300	(SWN)	Mercredi
St-Hyacinthe	Le Courrier	11 497	(ABC)	Mercredi
	Le Nouveau Clairon	*	(SWN)	Mercredi
St-Jean	L'Aladin	2 500	(SWN)	Mardi
	Le Canada Français	13 573	(ABC)	Mercredi
	Le Richelieu	16 000	(SWN)	Mercredi

* Données non disponibles

REGION 6 MONTREAL (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
St-Jérôme	Courrier Laurentides	25 000	(SWN)	Mercredi
	L'Echo du Nord	11 403	(ABC)	Mercredi
	Le Mirabel	15 500	(SWN)	Mardi
St-Jovite	Le Messager Régional	2 400	(SWN)	Mardi
	La Vallée de la Diable	2 300	(SWN)	Lundi
Ste-Adèle	Le Journal des Pays d'en Haut	*	(SWN)	Jeudi
Ste-Agathe-des-monts	Le Sommet Echo des Laurentides	1 728	(ABC)	Mercredi
Sorel	Le Courrier Riviera	21 000	(SWN)	Mardi
	La Voix Métropolitaine	19 000	(SWN)	Mardi
	La Voix du Samedi	4 000	(SWN)	Samedi
Valleyfield	Le Progrès de Valleyfield	4 512	(ABC)	Mercredi
	The St-Lawrence Sun	28 300	(SWN)	Mercredi
Waterloo	Le Journal de Shefford	2 980	(SWN)	Mercredi
Mirabel	La Concorde	2 805	(ABC)	Mardi

REGION 6: 7 QUOTIDIENS, 11 HEBDOS LUDIQUES, 3 QUOTIDIENS DU DIMANCHE, 3 AUTRES, 88 HEBDOS REGIONAUX

REGION 7 OUTAOUAIS

Quotidien:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Hull	Le Droit	45 146	(ABC)	Lundi au samedi

Hebdos régionaux:

Aylmer	The Sunday Reporter	2 500	(SWN)	Dimanche
Buckingham	Le Bulletin	2 735	(SWN)	Mercredi
	Buckingham Post	1 858	(SWN)	Mercredi
Hull	Le Régional	21 000	(SWN)	Mercredi
Maniwaki	La Gatineau	4 225	(SWN)	Mercredi
	La Gazette	3 500	(SWN)	Jeudi
Mont-Laurier	L'Echo de la Lièvre	6 296	(ABC)	Mercredi

* Données non disponibles

REGION 7 OUTAOUAIS (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
St-André Avellin	La Petite Nation	3 753	(SWN)	Mercredi
Shawville	Shawville Equity	3 798	(SWN)	Mercredi
Tenaga	The Low down to Hull and back News	*	(SWN)	Jeudi

REGION 7: 1 QUOTIDIEN, 10 HEBDOS REGIONAUX

REGION 8 NORD-OUEST

Hebdos régionaux:

Amos, Lasarre, Malartic, Val d'Or: Echos Abitibiens (Voir Val d'Or)

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Rouyn-Noranda	La Frontière	8 946	(ABC)	Mercredi
	Rouyn-Noranda Press	939	(ABC)	Jeudi
Val d'Or	Les Echos Abitibiens*	10 842	(ABC)	Mercredi
	The Star	452	(ABC)	Mercredi
Ville Marie	Le Journal Témiscamien	5 500	(SWN)	Mercredi

REGION 8: 5 HEBDOS REGIONAUX

* Les Echos Abitibiens comprennent: L'Echo Abitibi
L'Echo de Mal
L'Echo d'Am
L'Echo de la [illegible]nes
L'Echo d'Abitibi-ouest

REGION 9 COTE NORD

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Baie Comeau	Le Nordic	10 600	(SWN)	Mercredi
	Plein Jour sur Manicouagan	11 200	(SWN)	Mardi
Forestville	Plein Jour Saguenay	4 300	(SWN)	Mercredi
	L'Avenir	5 300	(SWN)	Samedi

* Données non disponibles

REGION 9 COTE NORD (suite)

Hebdos régionaux:

Ville	Titre	Tirage total		Jour de parution
Sept-Iles	Sept-Iles Journal	5 300	(SWN)	Jeudi
	L'Elan Sept-Ilien	*	(SWN)	Mercredi

REGION 9: 6 HEBDOS REGIONAUX

ANNEXE 3:

LA PONDERATION

Les données du chapitre et des annexes portant sur l'analyse de contenu ont été pondérées de façon à tenir compte des variables suivantes:

1) La surface annuelle (en pouces carrés) de chacun des journaux.

2) Le tirage moyen, quotidien ou hebdomadaire selon le type de journal.

PREMIERE PONDERATION (POIDS-ESPACE)

A) Pour les quotidiens:

Le poids-espace a été calculé en divisant la surface annuelle en pouces carrés de chacun des quotidiens par la surface annuelle en pouces carrés de celui des quotidiens qui occupe la plus petite surface annuelle (il s'agit en l'occurence du Record).

B) Pour les hebdomadaires:

Le calcul s'est effectué de la même façon, en divisant la surface annuelle en pouces carrés de chacun des hebdomadaires par la plus petite surface annuelle des hebdomadaires (celui de l'hebdo Les Affaires).

DEUXIEME PONDERATION (POIDS-ESPACE-TIRAGE)

Cette deuxième pondération nous a permis de tenir compte d'une autre variable importante, soit le tirage des journaux. Le calcul s'est effectué de la façon suivante:

A) Pour les quotidiens:

$$\frac{\text{Poids-espace du quotidien} \times \text{par son tirage moyen quotidien}}{\text{Le plus petit tirage des quotidiens.}}$$

Le quotidien qui avait le plus petit tirage était The Record.

B) Pour les hebdomadaires:

$$\frac{\text{Poids-espace de l'hebdomadaire} \times \text{son tirage moyen hebdomadaire}}{\text{le plus petit tirage des hebdomadaires.}}$$

L'hebdomadaire qui avait le plus petit tirage dans notre échantillon était La Feuille d'Erable.

Ces poids pour chacun des journaux sont exprimés dans les tableaux A 1 et A 2.

D'autre part, pour éviter d'avoir à manipuler des nombres inutilement grands, chacun de ces poids était divisé par 100 au moment de la programmation de l'ordinateur.

Enfin, pour tenir compte de la diversité de la taille des sous-unités / colonne étudiées, ce poids était multiplié par la longueur en 1 / 10e de pouce de la sous-unité.

TABLEAU A 1

PONDERATION UTILISEE DANS CETTE ETUDE POUR LES QUOTIDIENS

Quotidiens	Poids / espace (p_1)	Poids / espace / tirage (p_2)
Le Quotidien	2,2225	7,5368
La Voix de l'Est	1,4267	2,0828
Le Droit	3,6649	24,9293
Le Devoir	1,2094	5,2701
The Gazette	3,4556	60,4967
Le Journal de Montréal	4,9110	120,1874
Montréal-Matin	4,8377	88,2820
La Presse	7,5392	209,1881
The Montreal Star	5,2748	137,1933
Le Journal de Québec	2,2644	15,4878
Le Soleil	5,0026	105,8234
The Record	1,0000	1,0000
La Tribune	2,7644	15,7242
Le Nouvelliste	2,9346	22,7751

TABLEAU A 2

PONDERATION UTILISEE DANS CETTE ETUDE POUR LES HEBDOMADAIRES

Hebdomadaires	Poids / espace (p_1)	Poids / espace / tirage (p_2)
Allô-Police	1,6605	42,3927
Dimanche Dernière Heure	1,5867	7,8745
Dimanche-Matin	5,4243	279,7116
Echos-Vedettes	2,0172	61,8356
Progrès-Dimanche	7,5277	64,5423
Sunday Express	2,5830	25,5255
Les Affaires	1,0000	7,0045
TV Hebdo	3,0627	173,9952
Avant Poste Gaspésien	1,4391	1,4641
La Parole	3,6777	7,6209
The Gleaner	1,2177	1,3330
Joliette Journal	3,9852	9,4755
L'Echo de Frontenac	1,1070	1,1607
L'Echo de Louiseville	2,5608	3,7396
La Voix Gaspésienne	2,6076	3,6099
L'Echo de la Lièvre	2,1894	3,0714
Peuple Courrier	2,5461	6,2154
Voix des Mille-Iles	1,1070	1,2971
La Feuille d'Erable	1,2054	1,2054
Progrès-Echo	3,6777	7,8388
Le Saint-Laurent	2,2755	3,6992
L'Etoile du Lac	2,5215	3,5665
La Frontière	4,1082	8,1889
L'Eclaireur-Progrès	4,5634	11,8000

TABLEAU A 2 (suite 1)

PONDERATION UTILISEE DANS CETTE ETUDE POUR LES HEBDOMADAIRES

Hebdomadaires	Poids / espace (p_1)	Poids / espace / tirage (p_2)
Le Courrier de St-Hyacinthe	3,8376	9,8309
Le Canada Français	6,1747	18,6741
L'Echo du Nord	4,6003	11,6883
Les Echos Abitibiens	4,4280	6,4417
L'Union des Cantons de l'Est	3,8868	9,6096
L'Avenir	1,2792	1,5106
La Vie	1,3530	7,5368
Perspectives	1,0086	54,6932
Presse Laval	1,8819	8,8057
Presse Rive Sud	1,9557	9,1510
Le Régional	1,0578	4,9496
Le Nordic	3,2472	7,6694
Le Rond Point	1,0701	5,9609
Le Grand Journal Illustré	1,3284	15,8982
Le Nouveau Samedi	1,3284	14,3724
Nouvelles Illustrées	1,4145	23,7881
La Patrie	1,4391	19,9297
Le Petit Journal	1,6974	42,2474
Photo-Journal	1,5252	26,7865
Photo-Vedettes	1,4145	18,2189
Télé-Radiomonde	1,2423	13,3949
Courrier Laval	2,7675	30,8322
Courrier du Sud	3,5547	63,3636
Le Flambeau	1,3161	10,2637

TABLEAU A 2 (suite 2)

PONDERATION UTILISEE DANS CETTE ETUDE POUR LES HEBDOMADAIRES

Hebdomadaires	Poids / espace (p_1)	Poids / espace / tirage (p_2)
The Suburban	2,6445	9,4278
Le Journal des Vedettes	1,1439	8,4964

ANNEXE 4:

ERREURS D'ECHANTILLONS ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES JOURNAUX CONSIDERES DANS CETTE ETUDE

TABLEAU A 3

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES QUOTIDIENS

	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Pour l'ensemble des quotidiens (N: 7 885)	0,47	0,65	0.88	1,02	1,08	1,12
Le Quotidien (N: 541)	1,84	2,53	3,37	3,86	4,13	4,21
La Voix de l'Est N: 687)	1,63	2,24	2,99	3,43	3,66	3,74
Le Droit N: 480)	1,95	2,68	3,58	4,10	4,38	4,47
Le Devoir (N: 936)	1,39	1,92	2,56	2,94	3,14	3,20
La Gazette (N: 435)	2,05	2,82	3,76	4,31	4,60	4,70
Journal de Montréal (N: 544)	1,83	2,52	3,36	3,85	4,12	4,20
Montréal Matin (N: 499)	1,91	2,63	3,51	4,02	4,29	4,39
La Presse (N: 365)	2,24	3,07	4,10	4,70	5,03	5,13
Montreal Star (N: 366)	2,23	3,07	4,09	4,69	5,02	5,12
Journal de Québec (N: 587)	1,76	2,43	3,24	3,71	3,96	4,05
Le Soleil (N: 583)	1,77	2,44	3,25	3,72	3,98	4,06
The Record (N: 525)	1,86	2,57	3,42	3,92	4,19	4,28
La Tribune (N: 694)	1,62	2,23	2,98	3,41	3,65	3,72
Le Nouvelliste (N: 643)	1,69	2,32	3,09	3,54	3,79	3,87

TABLEAU A 4

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES HEBDOMADAIRES

	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Pour l'ensemble des hebdomadaires (N : 18 430)	0,33	0,43	0,59	0,65	0,71	0,73
Allô Police (N : 542)	1,84	2,53	3,37	3,86	4,13	4,21
Dimanche Dernière Heure (N : 554)	1,82	2,50	3,33	3,82	4,08	4,16
Dimanche Matin (N : 417)	2,09	2,88	3,84	4,40	4,70	4,80
Echo Vedettes (N : 282)	2,54	3,50	4,67	5,35	5,72	5,84
Progrès Dimanche (N : 442)	2,03	2,80	3,73	4,27	4,57	4,66
Sunday Express (N : 375)	2,21	3,04	4,03	4,33	4,96	5,06
Les Affaires (N : 294)	2,49	3,43	4,57	5,24	4,82	5,72
TV Hebdo (N : 149)	3,75	4,82	5,24	7,36	7,87	8,03
Amqui (N : 344)	2,30	3,17	4,23	4,43	4,60	5,28
La Parole (N : 317)	2,40	3,65	4,40	5,05	5,39	5,50
The Gleaner (N : 392)	2,16	2,97	3,96	4,54	4,85	4,95
Journal de Joliette (N : 354)	2,27	3,55	4,09	4,40	4,56	4,62
Echo Frontenac (N : 654)	1,67	3,13	3,52	3,75	3,88	3,92

TABLEAU A 4 (suite)

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES HEBDOMADAIRES

(suite)	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Echo Louiseville (N : 337)	3,15	3,59	4,14	4,46	4,63	4,68
Voix Gaspésienne (N : 353)	2,27	3,55	4,09	4,40	4,56	4,62
Echo de la Lièvre (N : 388)	2,17	2,99	3,98	4,56	4,88	4,97
Peuple Courrier (N : 441)	2,03	3,39	3,73	4,28	4,29	4,34
Voix Mille-Iles (N : 389)	2,17	2,98	3,98	4,55	4,87	4,97
Feuille d'Erable (N : 421)	2,08	2,87	3,82	4,38	4,35	4,78
Progrès Echo (N : 522)	1,87	2,57	3,43	3,93	4,20	4,29
Le Saint-Laurent (N : 374)	2,21	3,04	4,05	4,65	4,97	5,07
L'Etoile du Lac (N : 298)	2,48	3,41	4,54	5,20	5,56	5,68
La Frontière (N : 327)	2,36	3,25	4,34	4,97	5,31	5,42
L'Eclaireur (N : 314)	2,41	3,32	4,42	5,07	5,42	5,53
Le Courrier (N : 310)	2,43	3,34	4,45	5,10	5,45	5,57
Le Canada Français (N : 403)	2,13	2,93	3,90	4,48	4,78	4,88
Echo du Nord (N : 263)	2,63	3,63	4,84	5,54	5,92	6,04
Echo Abitibi (N : 291)	2,50	3,45	4,60	5,27	5,63	5,75

TABLEAU A 4 (suite)

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES HEBDOMADAIRES

(suite)	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Union Cantons de l'Est (N : 446)	2,02	3,38	3,71	4,25	4,55	4,64
Avenir (N : 272)	2,59	3,57	4,75	5,45	5,82	5,94
La Vie (N : 231)	3,39	3,87	5,16	5,91	6,32	6,45
Perspectives (N : 130)	3,75	5,16	6,88	7,88	8,42	8,60
Presse Laval (N : 415)	2,10	2,89	3,32	4,41	4,71	4,81
Presse Rive Sud (N : 290)	2,51	3,45	4,60	5,27	5,64	5,76
Régional Hull (N : 257)	2,66	3,67	4,89	5,60	5,99	6,11
Le Nordic (N : 362)	2,24	3,09	4,12	4,72	5,05	5,15
Rond-Point (N : 331)	2,35	3,23	4,31	4,94	5,28	5,39
Le Grand Journal Illustré (N : 349)	2,29	3,57	4,20	4,41	4,58	5,25
Nouveau Samedi (N : 463)	1,99	2,73	3,64	4,18	4,46	4,56
Nouvelles Illustrées (N : 307)	2,44	3,36	4,48	5,13	4,76	4,81
La Patrie (N : 375)	2,21	3,04	4,05	4,64	4,96	5,06
Petit Journal (N : 469)	1,97	2,72	3,62	4,15	4,22	4,53
Photo Journal (N : 445)	2,03	2,79	3,72	4,13	4,28	4,65

TABLEAU A 4 (suite)

ERREURS D'ECHANTILLON ATTRIBUABLES A DES PROPORTIONS ECHANTILLONNEES DE DIVERS NIVEAUX DE PROPORTION SELON LE NOMBRE DE SOUS-UNITES ECHANTILLONNEES POUR CHACUN DES HEBDOMADAIRES

(suite)	à 5% ou 95%	à 10% ou 90%	à 20% ou 80%	à 30% ou 70%	à 40% ou 60%	à 50%
Photo Vedettes (N : 410)	2,11	2,91	3,87	4,44	4,74	4,84
Télé Radio Monde (N : 281)	2,55	3,51	4,68	4,69	4,88	5,85
Courrier Laval (N : 479)	1,95	2,69	3,58	4,10	4,39	4,48
Courrier du Sud (N : 402)	2,13	2,93	3,91	4,48	4,79	4,89
Montréal Hebdo (N : 400)	2,14	2,94	3,92	4,49	4,80	4,90
The Suburban (N : 361)	2,25	3,10	4,13	4,73	5,05	5,16
Journal des Vedettes (N : 408)	2,12	2,91	3,88	4,45	4,75	4,85

ANNEXE 5:

DONNEES STATISTIQUES SUR LE CONTENU POUR CHACUN DES JOURNAUX CONCERNES PAR L'ETUDE

TABLEAU A 5

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES QUOTIDIENS*

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
Le Quotidien	39	1	40	22	38	60	(100%)
La Voix de l'Est	55	2	57	22	21	43	(100%)
Le Droit	68	3	71	11	18	29	(100%)
Le Devoir	28	2	30	35	35	70	(100%)
The Gazette	49	1	50	20	30	50	(100%)
Le Journal de Montréal	39	3	42	39	19	58	(100%)
Montréal Matin	29	3	32	44	24	68	(100%)
La Presse	65	1	66	18	16	34	(100%)
The Montreal Star	64	1	65	17	18	35	(100%)
Le Journal de Québec	29	4	33	38	29	67	(100%)
Le Soleil	59	1	60	20	20	40	(100%)
The Record	36	1	37	18	45	63	(100%)
La Tribune	54	3	57	21	22	43	(100%)
Le Nouvelliste	48	1	49	31	20	51	(100%)

* Données pondérées espace / tirage
(1) Publicité commerciale, annonces classées, etc.
(2) Echange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU A 6

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES QUOTIDIENS**

Source et traitement	Quotidiens N: 7885 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteur(s)	Organisme à l'extérieur produisant du texte rédactionnel	Commanditaire	Agence de Presse	Agence de Presse (information traitée	Communiqué de Presse	Autres
Le Quotidien	541	21	1	1	38	23	1	*	15
La Voix de l'Est	687	21	*	1	56	14	*	1	6
Le Droit	480	10	1	2	72	12	*	0	5
Le Devoir	936	30	2	1	28	24	5	2	9
The Gazette	435	19	2	0	50	20	*	4	5
Le Journal de Montréal	544	39	1	2	41	12	1	1	5
Montréal-Matin	499	43	*	1	32	18	*	*	5
La Presse	365	19	1	0	64	4	0	*	14
The Montreal Star	366	17	2	*	65	15	*	*	1
Le Journal de Québec	587	37	0	0	31	14	1	2	16
Le Soleil	583	18	1	1	54	19	2	3	4
The Record	525	18	3	1	37	14	1	3	25
La Tribune	694	21	2	2	56	13	*	0	6
Le Nouvelliste	643	31	1	*	50	14	*	1	3

* Moins de 0.5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 7

PROVENANCE DE L'INFORMATION DANS LES QUOTIDIENS**

Provenance	Quotidiens N : 7 885 (100%)	Bas St-Laurent	Local	Régional	National québécois	National canadien	International U.S.A.	International ailleurs	Autres	Abitibi	Côte-Nord
Le Quotidien	541	0	1	15	10	16	3	5	50	0	0
La Voix de l'Est	687	0	4	11	9	6	3	4	63	0	0
Le Droit	480	1	6	4	3	5	2	4	75	0	0
Le Devoir	936	0	15	5	19	21	7	15	19	0	0
The Gazette	435	0	11	1	2	17	4	12	53	0	0
Le Journal de Montréal	544	0	13	3	17	10	7	4	46	0	0
Montréal Matin	499	0	10	3	25	13	8	8	34	0	0
La Presse	365	0	7	1	5	6	2	7	72	0	0
Montreal Star	366	0	6	1	3	9	4	7	69	0	0
Journal de Québec	587	2	8	5	22	8	13	4	38	0	0
Le Soleil	583	*	10	3	9	6	4	6	62	0	0
The Record	525	0	1	25	3	13	5	7	46	0	0
La Tribune	[illegible]	0	1	19	6	7	2	4	61	0	0
Le Nouvelliste	643	*	18	11	6	8	3	2	52	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 8

FORME DE L'INFORMATION, DANS LES QUOTIDIENS**

	Quotidiens N : 7 885 (100%)	Nouvelles	Commentaires	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange média	Auto publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
Le Quotidien	541	34	5	1	16	8	3	23	•	1	4	3	1	0
La Voix de l'Est	687	28	2	3	9	19	3	25	0	2	8	2	•	0
Le Droit	480	21	3	0	4	13	4	29	1	3	21	1	•	•
Le Devoir	936	47	11	3	5	13	3	8	1	1	3	4	1	0
The Gazette	435	25	17	0	7	21	0	13	0	1	15	•	1	0
Le Journal de Montréal	544	35	7	0	13	19	2	6	1	2	12	4	1	0
Montréal Matin	499	34	11	2	19	7	2	6	2	1	14	2	•	0
La Presse	365	20	7	•	7	20	6	15	0	1	22	•	2	0
The Montreal Star	366	19	9	0	5	19	1	17	•	•	27	2	•	0
Le Journal de Québec	587	44	4	1	15	15	3	4	1	4	6	3	•	0
Le Soleil	583	21	9	2	7	31	3	19	•	1	5	2	1	0
The Record	525	34	11	0	15	14	3	13	0	1	5	2	•	•
La Tribune	694	28	4	0	9	16	3	27	•	3	8	2	•	0
Le Nouvelliste	643	33	6	1	10	21	2	16	•	1	9	1	•	0

• Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 9

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES QUOTIDIENS**

	Quotidien N: 7 885 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractère utilitaire	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education Sciences Santé Justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins Affaires sexuelles Affaires de coeur	Autres
Le Quotidien	541	6	8	5	3	10	13	2	5	5	11	8	13	3	3	1	4
La Voix de l'Est	687	25	8	4	4	2	2	6	4	2	10	10	10	2	4	1	6
Le Droit	480	31	9	6	6	1	6	3	6	6	6	6	6	1	6	0	1
Le Devoir	936	37	14	3	3	4	7	3	7	11	5	1	3	1	1	0	1
The Gazette	435	13	13	0	4	2	23	6	4	6	4	17	2	2	2	0	2
Le Journal de Montréal	544	7	8	2	1	2	1	2	2	7	37	10	8	2	8	3	1
Montréal-Matin	499	16	6	3	1	1	6	1	4	12	22	19	4	1	3	1	1
La Presse	365	11	14	3	3	3	17	3	3	9	6	14	6	6	3	0	1
The Montreal Star	366	11	11	1	3	8	14	3	11	8	3	11	11	3	3	0	1
Le Journal de Québec	587	3	9	3	1	1	1	1	3	4	33	18	6	1	12	3	1
Le Soleil	583	30	15	3	3	1	5	5	8	10	8	10	3	3	1	0	0
The Record	529	12	13	1	7	2	15	15	5	3	5	7	10	2	3	0	0
La Tribune	694	20	7	2	7	2	7	4	7	2	9	13	9	2	11	0	*
Le Nouvelliste	643	20	8	2	4	2	16	6	6	4	10	14	2	2	4	*	1

* Moins de 0,5%
** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 10

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES*

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
Allô Police	17	2	19	61	20	81	(100%)
Dimanche Dernière Heure	27	4	31	49	20	69	(100%)
Dimanche Matin	55	3	58	27	15	42	(100%)
Echos Vedettes	22	7	29	60	11	71	(100%)
Progrès Dimanche	52	3	55	27	18	45	(100%)
Sunday Express	28	2	30	24	46	70	(100%)
Les Affaires	34	2	36	29	35	64	(100%)
TV Hebdo	20	7	27	69	4	73	(100%)
Avant-Poste Gaspésien	56	2	58	29	13	42	(100%)
La Parole	60	3	63	28	9	37	(100%)
The Gleaner	64	1	65	33	2	35	(100%)
Joliette Journal	66	1	67	25	8	33	(100%)

* Données pondérées espace · tirage

(1) Publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) Echange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU A 10 (suite)

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES**

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
(suite)	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
L'Echo de Frontenac	42	5	47	42	11	53	(100%)
L'Echo de Louiseville	60	2	62	31	7	38	(100%)
La Voix Gaspésienne	60	1	61	35	4	39	(100%)
L'Echo de la Lièvre	51	2	53	33	14	47	(100%)
Peuple Courrier	60	1	61	30	9	39	(100%)
Voix des Mille Iles	61	*	61	36	3	39	(100%)
La Feuille d'Erable	55	2	57	35	8	43	(100%)
Progrès Echo	56	2	58	28	14	42	(100%)
Le St-Laurent	63	1	64	33	3	36	(100%)
L'Etoile du Lac	47	4	51	37	12	49	(100%)
La Frontière	56	2	58	32	10	42	(100%)
L'Eclaireur	59	1	60	30	10	40	(100%)

** Données pondérées espace / tirage

* Moins de 0,5%

(1) Publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) Echange média (en partie) e autopublicité

TABLEAU A 10 (suite)

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES**

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
(suite)	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
Le Courrier	64	3	67	22	11	33	(100%)
Le Canada Français	66	1	67	25	8	33	(100%)
L'Echo du Nord	60	2	62	27	11	38	(100%)
Les Echos Abitibiens	54	1	55	34	11	45	(100%)
L'Union des Cantons de l'Est	45	1	46	49	5	54	(100%)
L'Avenir	61	4	65	33	2	35	(100%)
La Vie	54	6	60	25	15	40	(100%)
Perspectives	38	*	38	54	8	62	(100%)
Presse Laval	35	5	40	53	7	60	(100%)
Presse Rive Sud	39	8	47	49	4	53	(100%)
Le Régional	50	6	56	24	20	44	(100%)
Le Nordic	69	2	71	19	10	29	(100%)

* Données pondérées espace / tirage

(1) Publicité commerciale, annonces classées, etc.

(2) Echange média (en partie) et autopublicité

TABLEAU A 10 (suite)

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES**

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
(suite)	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
Le Rond Point	38	5	43	36	21	57	(100%)
Le Grand Journal Illustré	19	8	27	33	40	73	(100%)
Le Nouveau Samedi	30	7	37	43	20	63	(100%)
Nouvelles Illustrées	21	6	27	14	59	73	(100%)
La Patrie	24	7	31	44	25	69	(100%)
Le Petit Journal	30	5	35	40	25	65	(100%)
Photo Journal	24	4	28	64	8	72	(100%)
Photo-Vedettes	22	7	29	37	34	71	(100%)
Télé-Radiomonde	17	5	22	48	30	78	(100%)
Courrier Laval	75	1	76	15	9	24	(100%)
Courrier Rive Sud	76	1	77	18	5	23	(100%)
Le Flambeau	75	1	76	21	3	24	(100%)

TABLEAU A 10 (suite)

DISTRIBUTION PROCENTUELLE DE L'INFORMATION COMMANDITEE ET NON COMMANDITEE DANS LES HEBDOMADAIRES**

	Espace commandité			Espace non commandité			L'ensemble de l'information
(suite)	Directement rétribué (1)	Indirectement rétribué (2)	Total	Information traitée	Information non traitée	Total	
The Suburban	68	2	70	23	7	30	(100%)
Le Journal des Vedettes	16	9	25	60	15	75	(100%)

TABLEAU A 11

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

	N: 18430 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteurs	Organisme extérieur produisant du texte rédactionel	Commanditaire	Agence de presse	Agence de presse (info. traitée)	Communiqué de Presse	Autres
Allô Police	542	62	6	0	17	2	0	0	13
Dimanche Dernière Heure	554	46	0	*	29	2	4	0	19
Dimanche Matin	417	27	*	0	56	8	*	*	8
Echos Vedettes	282	61	0	0	26	0	0	0	13
Progrès Dimanche	442	26	1	0	53	10	1	1	9
Sunday Express	375	24	0	0	30	9	0	*	37
Les Affaires	294	29	1	7	34	0	0	1	29
TV Hebdo	149	69	0	0	30	0	0	0	1
Avant-Poste Gaspé	344	30	1	3	57	0	0	2	8
La Parole	317	29	*	2	65	0	0	*	4
The Gleaner	392	33	1	0	62	0	0	0	5
Joliette Journal	354	25	1	1	67	3	0	0	4

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 11 (suite)

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteurs	Organisme extérieur produisant du texte rédactionel	commanditaire	Agence de presse	Agence de presse (info. traitée)	Communiqué de Presse	Autres
L'Echo de Frontenac	654	42	1	2	48	0	0	0	7
L'Echo de Louiseville	337	31	*	0	61	0	0	*	7
La Voix Gaspésienne	353	35	1	0	60	0	0	*	4
L'Echo de la Lièvre	388	33	2	4	55	0	0	*	6
Peuple Courrier	441	30	*	*	62	0	0	0	8
Voix des Mille-Iles	389	36	1	0	60	0	0	0	2
La Feuille d'Erable	421	35	1	1	57	0	0	*	6
Progrès Echo	522	29	1	3	60	0	0	*	7
Le St-Laurent	374	33	*	0	62	*	0	0	5
L'Etoile du Lac	298	37	1	3	51	0	0	0	8
La Frontière	327	32	1	0	59	0	0	0	8
L'Eclaireur	314	30	1	1	62	1	0	1	6

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 11 (suite)

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteurs	Organisme extérieur produisant du texte rédactionel	commanditaire	Agence de presse	Agence de presse (info. traitée)	Communiqué de Presse	Autres
Le Courrier	310	22	1	2	67	*	0	2	6
Le Canada Français	403	25	3	1	69	0	0	0	2
L'Echo du Nord	263	28	1	3	65	0	0	0	5
Les Echos Abitibiens	291	34	1	3	57	0	0	0	5
L'Union des Cantons de l'Est	446	48	1	0	48	0	0	0	4
L'Avenir	272	33	1	0	57	0	0	0	10
La Vie	231	26	*	3	63	0	0	0	8
Perspectives	130	54	0	0	38	0	0	0	8
Presse Laval	415	53	1	*	35	0	0	0	10
Presse Rive Sud	290	49	*	1	40	0	0	0	10
Le Régional	257	24	*	3	63	0	1	*	9
Le Nordic	362	19	2	4	71	0	0	0	5

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 11 (suite)

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteurs	Organisme extérieur produisant du texte rédactionel	commanditaire	Agence de presse	Agence de presse (info. traitée)	Communiqué de Presse	Autres
Le Rond-Point	331	36	2	2	54	0	0	0	6
Le Grand Journal Illustré	349	34	0	0	18	*	0	0	47
Le Nouveau Samedi	463	44	1	0	35	0	0	*	20
Nouvelles Illustrées	307	14	1	0	25	0	0	0	59
La Patrie	375	44	*	1	30	0	0	0	26
Le Petit Journal	469	41	0	1	31	2	0	0	26
Photo Journal	445	66	0	0	28	1	*	0	7
Photo Vedettes	410	38	4	0	22	1	0	0	36
Télé-Radiomonde	281	45	0	0	19	8	3	0	25
Courrier Laval	479	15	*	*	81	0	0	0	4
Courrier du Sud	402	18	*	2	77	*	0	*	3
Le Flambeau	400	22	*	0	76	*	0	0	2

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 11 (suite)

SOURCE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Journaliste pigiste photographe	Lecteurs	Organisme extérieur produisant du texte rédactionel	commanditaire	Agence de presse	Agence de presse (info. traitée)	Communiqué de Presse	Autres
The Suburban	361	23	1	1	70	0	0	0	6
Le Journal des Vedettes	408	59	0	2	20	*	0	0	19

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 12

PROVENANCE DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

	N: 18 430 (100%)	Bas St-Laurent	Local	Régional	National québécois	National canadien	International U.S.A.	International ailleurs	Autres	Abitibi	Côte-Nord
Allô Police	542	0	19	6	24	2	*	1	49	0	0
Dimanche Dernière Heure	554	0	1	6	23	13	2	1	53	0	0
Dimanche Matin	417	0	6	3	12	4	9	5	61	*	0
Echo Vedettes	282	0	0	*	29	37	2	1	32	0	0
Progrès-Dimanche	442	1	2	17	7	4	3	4	62	0	0
Sunday Express	375	0	10	5	5	10	8	23	40	0	0
Les Affaires	294	0	*	0	9	40	6	8	37	0	0
TV Hebdo	149	0	0	0	8	56	3	3	30	0	0
Avant-Poste Gaspésien	344	31	0	*	7	1	0	*	60	0	0
La Parole	317	0	0	27	5	1	*	3	64	0	0
The Gleaner	392	0	0	34	1	2	0	0	64	0	0
Joliette Journal	354	0	*	26	1	1	0	0	72	0	0
L'Echo de Frontenac	654	0	8	29	6	2	0	1	55	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 12 (suite)

PROVENANCE DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18 430 (100%)	Bas St-Laurent	Local	Régional	National québécois	National canadien	International U.S.A.	International ailleurs	Autres	Abitibi	Côte-Nord
L'Echo de Louiseville	337	0	2	25	5	1	*	*	67	0	0
La Voix Gaspésienne	353	20	0	13	3	1	0	1	62	0	0
L'Echo de la Lièvre	388	0	0	41	4	*	0	0	55	0	0
Peuple Courrier	441	0	0	32	3	1	*	1	64	0	0
Voix des Mille-Iles	389	0	0	37	1	*	0	0	62	0	0
La Feuille d'Erable	421	*	*	36	1	*	0	*	62	0	0
Progrès Echo	522	29	0	*	3	3	0	0	65	0	1
Le St-Laurent	374	26	1	1	4	1	0	*	67	0	0
L'Etoile du Lac	298	0	0	45	1	1	0	1	53	0	0
La Frontière	327	0	0	*	6	2	3	1	57	32	0
L'Eclaireur	314	0	0	28	6	2	1	*	63	*	0
Le Courrier	310	0	*	20	9	4	*	1	67	0	*
Le Canada Français	403	0	*	27	1	0	0	0	72	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 12 (suite)

PROVENANCE DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18 430 (100%)	Bas St-Laurent	Local	Régional	National québécois	National canadien	International U.S.A.	International ailleurs	Autres	Abitibi	Côte-Nord
L'Echo du Nord	263	0	0	31	5	1	0	*	64	0	0
Les Echos Abitibiens	291	0	0	*	5	2	*	*	55	37	0
L'Union des Cantons de l'Est	446	0	*	40	5	2	*	2	51	0	0
L'Avenir	272	0	0	*	2	*	0	0	62	0	35
La Vie	231	0	0	25	4	1	0	3	67	0	0
Perspectives	130	0	6	1	33	3	0	7	49	0	0
Presse Laval	415	0	0	55	*	0	0	0	45	0	0
Presse Rive Sud	290	0	0	48	4	1	0	0	48	0	*
Le Régional	257	0	0	40	2	0	1	0	57	0	0
Le Nordic	362	0	0	*	1	*	0	0	75	0	23
Le Rond-Point	331	0	0	31	8	4	1	3	53	0	0
Le Grand Journal Illustré	349	0	0	0	2	*	53	13	33	0	0
Le Nouveau Samedi	463	0	15	4	25	1	1	1	54	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 12 (suite)

PROVENANCE DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Bas St-Laurent	Local	Régional	National québécois	National canadien	International U.S.A.	International ailleurs	Autres	Abitibi	Côte-Nord
Nouvelles Illustrées	307	0	0	0	*	0	0	0	100	0	0
La Patrie	375	0	5	1	27	4	6	11	47	0	0
Le Petit Journal	469	0	9	0	19	1	7	12	53	0	0
Photo Journal	445	0	9	1	35	2	4	4	45	0	0
Photo Vedettes	410	0	16	*	45	*	2	2	36	0	0
Télé-Radiomonde	281	0	12	1	46	0	10	6	27	0	0
Courrier Laval	479	0	1	20	1	1	*	1	78	0	0
Courrier du Sud	402	0	0	18	3	*	*	1	78	0	0
Le Flambeau	400	0	0	18	4	1	0	0	78	0	0
The Suburban	378	0	0	17	3	3	1	2	74	0	0
Le Journal des Vedettes	408	2	1	0	65	0	*	3	29	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 13

FORME DE L'INFORMATION DANS LES HEBDOS**

	N : 18 430 (100%)	Nouvelles	Commentaire	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange Média	Auto Publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
Allô Police	542	29	12	0	15	4	5	8	*	1	0	26	0	0
Dimanche Dernière Heure	554	38	12	0	15	8	6	13	3	2	*	4	0	*
Dimanche Matin	417	25	5	0	11	18	14	23	1	2	*	1	0	0
Echo Vedettes	282	55	3	0	11	2	4	16	3	4	0	3	0	0
Progrès Dimanche	442	22	7	0	14	25	8	16	1	2	3	2	1	0
Sunday Express	375	36	6	1	26	22	4	3	2	1	0	2	0	0
Les Affaires	294	43	19	0	1	1	1	31	*	2	1	1	0	0
TV Hebdo	149	46	17	0	8	3	*	18	6	1	0	2	0	0
Avant-Poste Gaspésien	344	28	5	1	6	34	9	7	*	2	6	2	*	0
La Parole	317	20	6	*	10	22	10	24	2	1	3	1	*	0
The Gleaner	392	28	1	0	5	37	2	7	0	1	16	1	3	0
Joliette Journal	354	19	4	*	9	21	5	35	0	1	4	2	*	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 13 (suite)

FORME DE L'INFORMATION DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18 430 (100%)	Nouvelles	Commentaire	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange Media	Auto Publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
L'Echo de Frontenac	654	31	11	0	9	23	9	7	2	4	3	1	*	1
L'Echo de Louiseville	337	21	5	1	10	40	11	7	*	2	3	1	*	0
La Voix Gaspésienne	353	22	3	1	11	50	1	4	0	1	5	1	*	0
L'Echo de la Lièvre	388	31	6	0	10	30	4	15	1	2	1	1	*	0
Peuple Courrier	441	27	3	*	6	45	3	9	*	1	2	3	*	*
Voix des Mille-Iles	389	25	4	0	9	45	2	1	0	*	12	1	1	0
La Feuille d'Erable	421	28	4	1	8	42	2	7	0	2	4	2	*	*
Progrès Echo	522	27	5	*	8	36	4	9	1	1	6	3	1	*
Le St-Laurent	374	24	6	*	4	36	3	15	0	1	9	1	1	0
L'Etoile du Lac	298	34	4	2	8	29	10	5	1	3	2	2	1	0
La Frontière	327	23	7	0	10	24	10	18	0	2	4	2	*	*
L'Eclaireur	314	16	12	*	12	34	6	15	*	1	4	*	*	0

* Moins de 0.5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 13 (suite)

FORME DE L'INFORMATION DANS LES HEBDOS**

(suite)	N : 18430 (100%)	Nouvelles	Commentaire	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange Media	Auto Publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
Le Courrier	310	17	7	*	8	21	11	23	2	1	9	1	0	*
Le Canada Français	403	16	4	1	12	25	8	21	*	1	13	1	0	*
L'Echo du Nord	263	22	5	0	10	27	13	15	*	2	5	1	1	1
Les Echos Abitibiens	291	24	7	0	14	23	3	20	*	1	7	*	1	0
L'Union des Cantons de l'Est	446	36	3	*	12	27	*	10	*	*	8	3	*	0
L'Avenir	272	24	1	1	8	24	2	9	*	3	22	1	5	0
La Vie	231	22	9	0	7	44	1	8	1	5	1	2	0	0
Perspectives	130	2	27	0	28	0	0	38	0	*	0	4	0	1
Presse Laval	415	34	2	0	21	27	2	2	*	5	4	2	0	1
Presse Rive Sud	290	32	2	0	18	26	5	5	*	7	3	2	0	0
Le Régional	257	32	5	0	6	38	1	3	2	4	7	*	1	*
Le Nordic	362	13	7	0	7	34	2	27	1	1	5	1	1	*

* Moins de 0.5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 13 (suite)

FORME DE L'INFORMATION DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18 430 (100%)	Nouvelles	Commentaire	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange Media	Auto Publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
Le Rond-Point	331	23	15	0	13	20	1	15	1	4	2	6	0	0
Le Grand Journal Illustré	349	33	2	0	36	2	2	15	*	8	*	3	0	0
Le Nouveau Samedi	463	8	23	0	25	11	5	14	1	5	2	6	0	0
Nouvelles Illustrées	307	14	26	0	31	7	13	1	3	3	*	2	0	0
La Patrie	375	15	19	0	28	4	12	8	1	6	1	7	0	0
Le Petit Journal	469	3	24	0	33	12	7	8	3	2	1	5	0	*
Photo Journal	445	2	32	*	31	6	7	9	2	2	2	8	0	0
Photo Vedettes	410	10	19	0	36	10	6	4	1	6	2	7	0	1
Télé-Radiomonde	281	41	2	0	30	5	9	2	2	3	*	4	0	0
Courrier Laval	479	15	2	*	6	33	14	15	1	*	12	1	2	*
Courrier du Sud	402	16	1	*	4	37	7	13	0	1	17	1	2	*
Le Flambeau	400	19	1	0	5	48	11	5	*	*	11	*	0	0

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace - tirage

TABLEAU A 13 (suite)

FORME DE L'INFORMATION DANS LES HEBDOS**

(suite)	N : 18430 (100%)	Nouvelles	Commentaire	Editorial	Photo	Publicité locale	Publicité nationale québécoise	Publicité nationale canadienne	Echange Media	Auto Publicité	Annonces classées	Autres	Appel d'offre	Copie
The Suburban	361	20	6	0	3	50	3	8	0	2	7	1	1	0
Le Journal des Vedettes	408	30	8	*	31	5	5	7	2	7	0	4	0	1

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace / tirage

TABLEAU A 14

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

	N: 18 430 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractères utilitaires	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education, sciences, santé justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins, affaires sexuelles, affaires de coeur	Autres
Allô Police	542	0	1	0	0	0	0	1	6	1	0	0	29	0	57	8	*
Dimanche Dernière Heure	554	8	11	2	2	1	3	1	2	28	16	6	6	5	11	1	*
Dimanche Matin	417	5	5	3	1	3	5	1	5	12	27	12	5	3	10	1	3
Echos Vedettes	282	0	49	0	0	*	0	0	0	38	0	0	5	0	0	8	2
Progrès Dimanche	442	2	10	4	4	2	13	*	6	14	6	10	13	8	2	4	1
Sunday Express	375	4	*	2	2	2	2	2	6	2	10	47	4	4	4	8	1
Les Affaires	294	2	2	2	0	3	87	*	2	2	0	0	0	0	0	0	*
TV Hebdo	149	0	1	0	0	0	1	*	*	90	1	1	4	0	0	0	2
Avant-Poste	344	0	16	*	3	5	8	19	8	5	*	24	3	5	3	0	1
La Parole	317	*	11	3	3	5	8	13	3	5	3	29	5	8	3	0	1
The Gleaner	392	0	22	1	12	3	12	12	12	1	12	0	0	3	6	0	4

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace - tirage

TABLEAU A 14 (suite)

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractères utilitaires	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education, sciences, santé justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins, affaires sexuelles, affaires de coeur	Autres
Joliette Journal	354	0	10	3	3	1	6	13	6	6	1	23	13	10	3	0	2
L'Echo Frontenac	654	11	15	*	6	2	6	15	8	*	*	20	2	6	4	0	5
L'Echo Louiseville	337	5	14	5	2	1	11	14	8	2	1	14	5	5	5	2	6
La Voix Gaspésienne	353	1	3	1	7	3	15	7	11	19	11	3	1	15	0	0	4
L'Echo de la Lièvre	388	2	13	2	6	2	6	15	9	4	0	25	2	4	4	0	6
Peuple Courrier	441	1	19	11	7	1	9	16	2	2	0	14	7	7	2	1	2
Voix des Mille-Iles	389	0	8	5	14	2	8	26	11	2	14	1	1	2	0	0	4
La Feuille d'Erable	421	2	12	1	5	0	5	25	7	1	0	25	2	5	7	1	2
Progrès Echo	522	2	21	2	4	2	7	12	4	12	*	12	7	4	4	0	7
St-Laurent	374	3	12	*	3	3	24	18	12	9	9	0	3	3	0	0	1
L'Etoile du Lac	298	0	8	1	14	4	6	20	4	2	2	20	4	8	2	2	3

* Moins de 0.5%

** Données pondérées espace - tirage

TABLEAU A 14 (suite)

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N: 18430 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractères utilitaires	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education, sciences, santé justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins, affaires sexuelles, affaires de coeur	Autres
La Frontière	327	1	12	5	2	2	10	10	10	5	2	25	5	5	5	1	*
L'Eclaireur	314	2	17	1	5	2	11	8	8	2	8	14	5	5	2	0	10
Le Courrier	310	0	14	1	3	1	10	21	7	7	1	21	3	7	3	0	1
Le Canada Français	403	1	12	1	15	3	3	12	9	6	1	21	3	9	3	0	1
L'Echo du Nord	263	0	17	5	2	2	5	11	5	2	2	25	2	8	2	2	10
Les Echos Abitibiens	291	0	15	4	4	4	8	8	11	4	0	24	2	6	2	2	6
L'Union des Cantons de l'Est	446	0	6	2	4	2	15	13	11	8	20	2	4	2	6	*	5
L'Avenir	272	0	13	2	10	*	21	5	8	2	24	*	2	2	5	2	4
La Vie	231	0	13	2	13	5	5	5	8	5	0	19	5	13	1	0	6
Perspectives	130	0	2	0	5	0	9	17	13	29	0	3	11	3	2	0	6
Presse Laval	415	0	5	3	17	2	6	8	12	3	1	22	3	6	8	0	4

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace - tirage

TABLEAU A 14 (suite)

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N : 18430 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractères utilitaires	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education, sciences, santé justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins, affaires sexuelles, affaires de coeur	Autres
Presse Rive Sud	290	0	0	2	21	4	10	13	10	6	0	21	0	8	1	0	4
Le Régional	257	0	16	2	5	5	1	24	8	5	0	16	2	8	2	2	4
Le Nordic	362	1	11	1	7	1	3	15	11	7	0	19	3	7	11	0	3
Le Rond Point	331	0	13	2	7	2	11	15	7	3	0	9	11	11	2	2	5
Le Grand Journal Illustré	349	0	*	0	0	0	0	0	0	56	0	0	4	0	0	39	1
Le Nouveau Samedi	463	0	*	*	0	0	0	2	6	11	6	*	11	2	18	42	2
Nouvelles Illustrées	307	0	*	0	0	0	2	6	20	4	2	2	6	0	0	57	1
La Patrie	375	0	3	4	2	3	3	10	3	17	2	3	17	6	6	18	3
Le Petit Journal	469	0	8	3	0	5	3	2	8	20	3	3	13	2	8	20	2
Photo Journal	445	0	2	3	*	0	0	15	3	21	2	2	16	4	0	30	2
Photo Vedettes	410	0	1	0	0	0	0	3	3	52	1	0	8	0	7	23	2

* Moins de 0.5%

** Données pondérées espace - tirage

TABLEAU A 14 (suite)

L'OBJET DE L'INFORMATION, DANS LES HEBDOS**

(suite)	N : 18430 (100%)	Actualité	Nouvelles à caractères utilitaires	Monde du travail	Vie urbaine ou municipale	Vie politique	Vie économique	Vie sociale et communautaire	Education, sciences, santé justice	Vie culturelle	Sport professionnel	Sport amateur	Mots croisés etc.	Récréation Vacances	Faits divers	Potins, affaires sexuelles, affaires de coeur	Autres
Télé-Radiomonde	281	0	1	0	0	0	0	0	0	28	0	0	4	0	*	65	2
Courrier Laval	479	3	37	*	8	1	*	8	8	8	*	12	4	1	8	0	3
Courrier Rive Sud	402	0	13	4	22	2	9	13	9	4	0	4	*	13	4	0	4
Le Flambeau	400	0	4	*	16	4	*	20	8	*	0	29	*	16	*	*	3
The Suburban	361	0	20	*	3	6	6	13	16	10	*	3	*	16	3	*	4
Le Journal des Vedettes	408	0	*	0	0	0	1	*	0	72	0	0	5	0	1	20	1

* Moins de 0,5%

** Données pondérées espace - tirage

ANNEXE 6:

DONNEES SUPPLEMENTAIRES OBTENUES DIRECTEMENT DE DIVERS JOURNAUX DU QUEBEC

TABLEAU A 15

TAUX DE REPONSE AUX QUESTIONNAIRES ENVOYES AUX JOURNAUX DU QUEBEC

	Journaux dans l'échantillon	nombre de répondants	taux de réponse
Quotidiens	14	6	43%
Hebdomadaires ABC	44	23	52%
Hebdomadaires non-ABC	140	52	37%

TABLEAU A 16

POURCENTAGE DES REVENUS SELON DIVERS MODES POUR LES QUOTIDIENS, LES HEBDOMADAIRES ABC ET NON ABC

	Publicité	Abonnement par la poste	Abonnement par camelots	La vente au kiosque	Autres
Les quotidiens (3 répondants)	de 64% à 69%	de 1% à 2%	de 24% à 34%	de 1% à 3%	de 1% à 3%
Les hebdomadaires régionaux ABC (23 répondants)	80% (1)	7%	6%	4%	3%
Les hebdomadaires non-ABC (48 répondants)	97% (1)	2%	*	*	*

* Moins de 0,5%

(1) Les pourcentages donnés ici pour les hebdomadaires ABC et non-ABC sont des pourcentages médians.

TABLEAU A 17

PROPORTION DU PRIX DE L'EXEMPLAIRE ACCORDE AUX MAISONS DE DISTRIBUTION PAR LES HEBDOMADAIRES REGIONAUX ABC ET NON ABC

	% aux distributeurs	% aux dépositaires
Les hebdomadaires régionaux ABC **(9 répondants sur 23 possibles)**	25%	20%
Les hebdomadaires non ABC **(23 répondants sur 52 possibles)**	(1) 35% (2) 43% (3) 22%	———

(1) 35% des répondants distribuent leurs journaux par la poste.

(2) 43% des répondants distribuent eux-mêmes leurs journaux.

(3) 22% des répondants donnent 100% des revenus du tirage aux distributeurs.

TABLEAU A 18

PROPORTION DU PRIX DE L'EXEMPLAIRE ACCORDE AUX MAISONS DE DISTRIBUTION PAR LES QUOTIDIENS

Quotidiens	% aux distributeurs	% aux dépositaires
Q 2	N'a pas répondu à cette question	N'a pas répondu à cette question
Q 3	15% (1)	20%
Q 8	30% à 52%	20% (2)
Q 9	33% à 52%	20% (2)
Q 11	6,8% (1)	20%
Q 12	N'a pas répondu à cette question	N'a pas répondu à cette question

(1) Il s'agit probablement d'une proportion qu'il faut additionner à ce qui est laissé aux dépositaires.

(2) Il s'agit probablement d'une proportion incluse dans la proportion précédente.

TABLEAU A 19

UTILISATION DE SERVICES DE PRESSE SPECIALISES PAR LES QUOTIDIENS ET HEBDOMADAIRES DU QUEBEC

	Canadian Press (Service anglais)	Presse Canadienne (Service français)	Agence France Presse	Agence Reuter (Service anglais)	Agence Reuter (Service français)	Telbec	Agence United International	Agence United Press International (sport)	Agence Associated Press	Agence Tass	Agence Keystone	Agence Dow Jones	Les cahiers spéciaux des Hebdos A-1	Autre SOP	Aucun
QUOTIDIENS	4	6	3	2	3	5	3	3	3	0	2	3	3	4	0
HEBDOS ABC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	12	4
HEBDOS NON-ABC	0	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	6	29	16
TOTAL	4	7	3	2	3	9	3	3	3	0	2	3	26	45	20

TABLEAU A 20

QUELQUES RENSEIGNEMENTS JURIDIQUES SUR LES JOURNAUX

	LIEU D'INCORPORATION DE L'IMPRIMEUR				LE QUOTIDIEN OU HEBDO EN TANT QU'ENTREPRISE TYPE D'ENREGISTREMENT (NOM)					LIEU D'INCORPORATION DE L'EDITEUR			
	Québec	Ottawa	Québec et Ottawa	Ne sait pas ou pas de réponse	Enregistré seulement et n'étant pas la propriété d'une compagnie	Enregistré et étant la propriété d'une compagnie	Une marque d'une compagnie	Le nom de la compagnie qui est l'éditeur	Pas de réponse	Québec	Ottawa	Québec et Ottawa	Pas de réponse
QUOTIDIENS	3	3	—	—	—	3	—	3	—	4	2	—	—
HEBDOS ABC	19	1	1	2	1	18	1	—	3	19	2	1	2
HEBDOS NON-ABC	34	1	3	14	12	30	2	8	—	38	4	3	7
TOTAL	56	5	4	16	13	51	3	11	3	61	8	4	9

ANNEXE 7:

ENTREVUE AVEC LE MINISTERE DES POSTES

Entrevue avec le ministère des Postes

Voici d'abord les règles énoncées par le ministère des Postes en matière de tarification de deuxième classe s'adressant aux journaux:

1) Pour être éligible, un journal doit paraître au moins quatre fois l'an, s'adresser au public et ne pas être l'organe de liaison d'un organisme spécifique (e.g.: les syndicats, les Chevaliers de Colomb) qui subventionnerait ce journal.

2) Pour jouir du tarif préférentiel, (exposé plus loin), le journal doit avoir 85% de ses adresses codées avec le nouveau code postal. Sinon le journal paie 10¢ pour les deux premières onces

3) Le tarif est le suivant:

3,5¢ pour les deux premières onces
2,4¢ toutes les deux onces supplémentaires

Toutefois, si une publication a plus de 50% de son tirage qui est distribué par la poste, les deux premières onces sont alors à 2,4¢.

4) Un journal non vendu qui serait distribué par la poste jouirait des mêmes avantages que les précédents à condition d'être éligible.

5) Les priorités d'acheminement sont données d'abord aux quotidiens ensuite aux hebdomadaires, ensuite aux bi-hebdomadaires, aux mensuels, etc...

6) Le ministère des Postes dans son désir d'encourager les publications des centres ruraux (de moins de 10,000 habitants) a énoncé la règle suivante:

Un journal édité dans une localité de 10 000 habitants et moins aura droit à 2 500 exemplaires distribués gratuitement, partout dans un rayon de 40 milles du lieu d'édition.

ANNEXE 8:

DESCRIPTION DES CATEGORIES DE JOURNAUX UTILISEES DANS CE RAPPORT

Description des catégories de journaux utilisées dans ce rapport

Quotidiens anglophones:	The Gazette The Montreal Star The Record
Quotidiens francophones:	Le Quotidien La Voix de l'Est Le Droit Le Devoir Le Journal de Montréal Montréal-Matin La Presse Le Journal de Québec Le Soleil La Tribune Le Nouvelliste
Quotidiens du matin:	Le Devoir The Gazette Le Journal de Montréal Le Journal de Québec Montréal-Matin
Quotidiens de l'après-midi:	Le Quotidien La Voix de l'Est Le Droit La Presse The Montreal Star The Record La Tribune Le Nouvelliste
Quotidiens de Montréal:	Le Devoir The Gazette The Montreal Star Montréal-Matin La Presse
Quotidiens de Québec:	Le Soleil Le Journal de Québec
Quotidiens de province:	Le Quotidien La Voix de l'Est La Tribune The Record Le Nouvelliste Le Droit

Hebdomadaires	Catégorie	
Allô-Police	National	ludique
Dimanche Dernière Heure	National	quotidien du dimanche
Dimanche-Matin	National	" " "
Echos-Vedettes	National	ludique
Progrès-Dimanche	Régional	A-1
Sunday Express	National	quotidien du dimanche
Les Affaires	National	"autre"
TV Hebdo	National	"
Avant Poste Gaspésien	Régional	non A-1
La Parole	Régional	A-1
The Gleaner	Régional	non A-1
Joliette Journal	Régional	A-1
L'Echo de Frontenac	Régional	non A-1
L'Echo de Louiseville	Régional	A-1
La Voix Gaspésienne	Régional	A-1
L'Echo de la Lièvre	Régional	non A-1
Peuple Courrier	Régional	A-1
Voix des Mille-Iles	Régional	non A-1
La Feuille d'Erable	Régional	non A-1
Le Nouveau Samedi	National	ludique
Nouvelles Illustrées	National	"
La Patrie	National	"
Le Petit Journal	National	"
Photo-Journal	National	"
Photo-Vedettes	National	"
Télé-Radiomonde	National	"

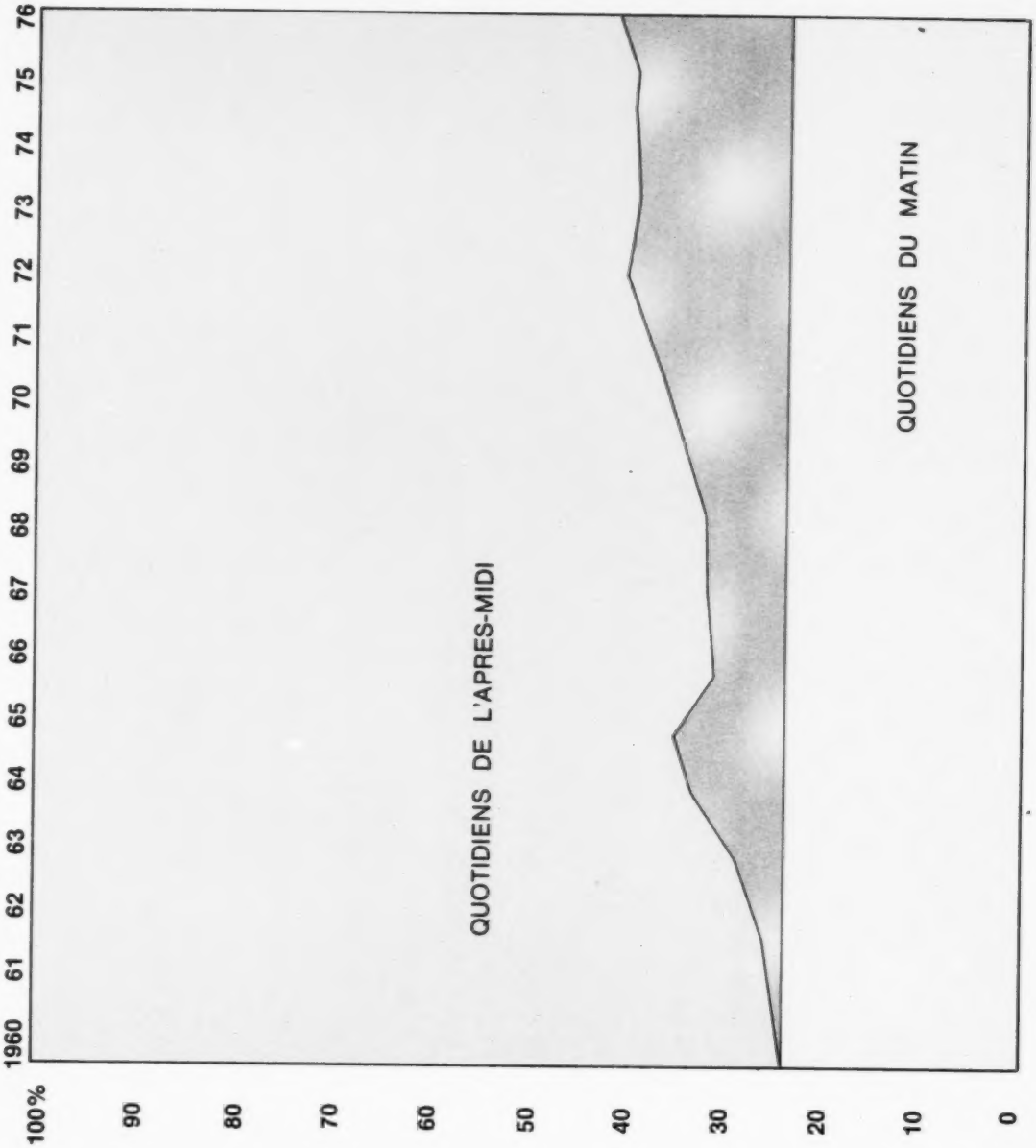
Hebdomadaires	Catégorie	
Courrier Laval	Régional	non A-1
Courrier du Sud	Régional	non A-1
Le Flambeau	Régional	non A-1
The Suburban	Régional	non A-1
Le Journal des Vedettes	National	ludique
Progrès-Echo	Régional	A-1
Le Saint-Laurent	Régional	A-1
L'Etoile du Lac	Régional	non A-1
La Frontière	Régional	A-1
L'Eclaireur-Progrès	Régional	A-1
Le Courrier de St-Hyacinthe	Régional	A-1
Le Canada Français	Régional	A-1
L'Echo du Nord	Régional	A-1
Les Echos Abitibiens	Régional	A-1
L'Union des Cantons de l'Est	Régional	A-1
L'Avenir	Régional	A-1
La Vie	Régional	non A-1
Perspectives	National	"autre"
Presse Laval	Régional	non A-1
Presse Rive Sud	Régional	non A-1
Le Régional	Régional	non A-1
Le Nordic	Régional	non A-1
Le Rond Point	Régional	non A-1
Le Grand Journal Illustré	National	ludique

Hebdomadaires non-vendus:

Le Nordic
Le Courrier du Sud
Le Courrier Laval
Le Flambeau
The Suburban
Le Rond-Point
La Vie

Le traitement de cette carte (la seule qui devrait apparaître dans cette publication) par un graphiste **n'est pas comprise** dans les devis des soumissionnaires.

IMPORTANCE RELATIVE DES QUOTIDIENS DU MATIN ET DE L'APRES-MIDI DANS L'ENSEMBLE DU TIRAGE DES QUOTIDIENS DU QUEBEC POUR LA PERIODE 1960-1976



Achevé d'imprimer à
Québec en février 1978, sur
les presses du Service de la reprographie
du Bureau de l'Éditeur officiel
du Québec

L'ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC
SERVICE DE LA REPROGRAPHIE
Février 1978